

Universität Witten/Herdecke

Modulhandbuch

Module Manual

General Management

MASTER OF ARTS

Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft

Faculty of Management, Economics and Society

Gültig ab Wintersemester 2019/20

Valid from winter semester 2019/20

V02

Inhaltsverzeichnis / Content

Inhaltsverzeichnis / Content	2
Vorwort / Introduction	4
Studienverlaufsplan / Exemplary Study Plan	5
Pflichtmodule / Compulsory Modules	6
Master Kick-Off Projekt	7
Praxisreflexionsmodul	10
Mikroökonomik für BWL	12
Rechnungswesen und Controlling	14
Investition und Finanzierung	17
Grundlagen des Wirtschaftsrechts	19
Projektmanagement	21
Strategisches und internationales Management	23
Marketingmanagement	25
Personalmanagement	27
Masterthesis	29
Wahlpflichtmodule / Elective Compulsory Modules	31
Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht)/ Module Group “Methods” (Elective Compulsory)	32
Philosophy of Science	33
Quantitative Methods	35
Advanced Qualitative Methods	37
Marketing Research Methods	40
Wirtschaftswissenschaftliches Denken und Schreiben	43
Mathematik	45
Statistik	47
Modulgruppe „Studium fundamentale“ (Wahlpflicht) / Module Group “Studium fundamentale“ (Compulsory Elective)	49
Studium fundamentale	50
Wahlmodule mit Vertiefungen / Free Elective Modules with Majors	52
Modulgruppe und Vertiefung „Family Business Management“ (Wahl) / Module Group and Major “Family Business Management” (Elective)	53
Theorie der Unternehmerfamilie und des Familienunternehmens	54
Konflikte und Konfliktmanagement in Familienunternehmen	57
Krisenmanagement, Restrukturierung und Sanierung	60
Rechtliche Grundlagen der Nachfolge in Familienunternehmen	62

Strategien von Familienunternehmen	64
Aktuelle Fragen zu Family Business Management	67
Independent Project – Independent Study „Family Business Management“.....	69
Modulgruppe und Vertiefung „Entrepreneurship“ (Wahl) / <i>Module Group and Major “Entrepreneurship” (Elective)</i>.....	71
Gründerwerkstatt: Startup the future	72
Innovationsmanagement.....	74
Sozialunternehmertum	76
Strategisches Marketing	78
Aktuelle Fragen zu Entrepreneurship.....	80
Independent Project – Independent Study „Entrepreneurship“	82
Non-Profit Management	84
Modulgruppe und Vertiefung „Health Care Management“ (Wahl) / <i>Module Group and Major “Health Care Management” (Elective)</i>.....	87
Gesundheitspolitik und -systeme	88
Akteure und Konzepte im Gesundheitswesen	90
Beratung im Gesundheitswesen	92
Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitswesen.....	94
Aktuelle Fragen zu Health Care Management	96
Independent Project – Independent Study „Health Care Management“	98
Modulgruppe „Freier Wahlbereich“ / <i>Module Group “Free Electives“</i>	100
Praxisreflexionsmodul.....	101
International Strategy	103
Corporate Social Responsibility	105
Ethical Issues in Organizations	107
Aktuelle Fragen	109
Independent Project – Independent Study.....	111
Auslandsleistungen I	113
Auslandsleistungen II.....	115

Vorwort / Introduction

Das vorliegende Modulhandbuch soll dazu dienen, Student*innenn und anderen Interessierten einen detaillierten Einblick in Struktur und Inhalte des Masterstudiengangs „General Management (M.A.)“ zu geben.

Der Masterstudiengang General Management (M.A.) ist zum Wintersemester 2018/19 akkreditiert.

Die Studiensprache dieses Studiengangs ist grundsätzlich Deutsch. Vereinzelt können auch englischsprachige Module angeboten werden. Module, deren Beschreibungen im Modulhandbuch in englischer Sprache vorliegen, werden in der Regel in Englisch angeboten.

Weitere, nicht regelmäßig angebotene Lehrveranstaltungen können dem CampusOnline-System UWE entnommen werden.

This module manual serves as an orientation for students and applicants concerning structure and contents of the Master course General Management (M.A.)

This course is accredited in Winter Semester 2018/19 at the Faculty of Management and Economics.

Language of tuition is German. Modules described in German are taught in German, modules described in English are taught in English.

Further classes which are not offered as part of the core curriculum on a temporary basis can be found in the list of classes in the campus management system UWE.

März 2021

Univ.-Prof. Dr. Jens Harbecke
Prodekan für Lehre / *Vice Dean for Student Affairs*

Studienverlaufsplan / Exemplary Study Plan

Empfohlenes Semester <i>Recommended Semester</i>	Modulkennziffer <i>Module Identifier</i>	Modultitel/Bereich <i>Modules</i>	Leistungspunkte <i>ECTS</i>
1. Semester	MG-PGM-1801	Master Kick-off Project	5
	MG-PGM-1803	Mikroökonomik für BWL	5
	MG-PGM-1804	Rechnungswesen und Controlling	5
	MG-PGM-1808	Strategisches und internationales Management	5
		Module aus Modulgruppe der Methoden	5
		<i>Studium fundamentale</i>	5
		Zwischensumme	30
2. Semester	MG-PGM-1805	Investition und Finanzierung	5
	MG-PGM-1806	Recht für Wirtschaftswissenschaftler	5
	MG-PGM-1807	Projektmanagement	5
	MG-PGM-1809	Marketingmanagement	5
	MG-PGM-1810	Personalmanagement	5
		Module aus Modulgruppe der Methoden	5
		Zwischensumme	30
3. Semester	MG-PGM-1802	Praxisreflexionsmodul	5
		Module des Wahlbereichs	15
		<i>Studium fundamentale</i>	10
		Zwischensumme	30
4. Semester		Module des Wahlbereichs	10
	MG-PGM-1811	Masterarbeit	20
		Zwischensumme	30
1.-4. Semester		SUMME	120

Pflichtmodule / *Compulsory Modules*

MG-PGM-1801	Master Kick-Off Projekt
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko Prof. Dr. Erik Strauß
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> 40h Selbststudium/ <i>self study:</i> 110h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester (erste Veranstaltung) / <i>1st Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Technologischer Fortschritt wie z. B. Big Data und die daraus resultierenden kollektiven Veränderungen wie die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft haben auch einen signifikanten Einfluss auf die Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln. Während in vergangenen Jahrzehnten eine Effizienzoptimierung in produzierenden Organisationen die primäre Managementaufgabe darstellte, sehen sich Unternehmen aufgrund gestiegener Volatilität, globaler Märkte und einer zunehmenden Entwicklung zur „Wissensgesellschaft“ neuen Herausforderungen gegenüber. Die Unternehmensführung muss dezentral verteilte, hoch spezialisierte Mitarbeiter*innen*innen leiten, um in kürzester Zeit neue kundenindividuelle Wünsche zu berücksichtigen und in vermarktbare Angebote zu transformieren. Effektive Teamarbeit und ein lebenslanges Lernen spielen dementsprechend eine immer zentralere Rolle – sowohl für MangerInnen als auch für die Mitarbeiter*innen*innen. Vor diesem Hintergrund wurden in den vergangenen Jahren vermehrt neue Managementkonzepte entwickelt, die auf eine besonders hohe Agilität abzielen und spezielle gemeinschaftliche Lernprozesse in Unternehmen fördern, dabei aber auch traditionelle Steuerungsmechanismen wie Bürokratie verzichten.</p> <p>Um Student*innen auf die neuen gesellschaftlichen Anforderungen vorzubereiten, werden in dem Modul „Master Kick-Off Projekt“ zentrale Elemente des Wittener Studiums zusammengeführt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es werden reale und zukunftsorientierte Unternehmensprojekte in Zusammenarbeit mit Praxispartnern bearbeitet • Methoden (z. B. Design Thinking, Scrum) werden eingeführt und umgesetzt • Teams werden studiengang- und disziplinübergreifend zusammengestellt, müssen sich aber selbst organisieren und arbeiten eng zusammen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen • Ausgeprägte Freiheit bei der Projektbearbeitung einerseits steht der hohen Verantwortung zur sinnvollen Gestaltung gegenüber • Wissen aus verschiedenen Bereichen und Disziplinen muss von den Teams zusammengeführt und ggf. ergänzt werden • Lösungsstrategien sind auch im Hinblick auf ihre gesellschaftliche Tragweite und ethische Aspekte zu bewerten • Teamfähigkeit, Kommunikations- und Präsentationsfähigkeiten werden trainiert • Feedback und Reflexionsschleifen werden als Ausgangspunkt für kontinuierliche Weiterentwicklung eingeführt • ... <p>Zur Erreichung dieser Ziele ist das Master Kick-Off Projekt wie folgt organisiert: Das Master Kick-Off Projekt ist verpflichtend, es beginnt am ersten Tag des ersten Semesters und läuft über eine Woche. Nach einer Kennenlern- und thematischen Einführungsphase werden Projekte vergeben, welche die Student*innen in Teams und begleitet von Mentoren, bearbeiten. Zum Abschluss präsentieren die Teams ihre Ergebnisse vor Unternehmenspartnern und erhalten Feedback. An dem Master Kick-Off Projekt nehmen alle Studierenden des Master of Science in Strategy and Organization und des Master of Arts in General Management teil.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	

Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko Prof. Dr. Erik Strauß	
Lehrformen, methodische Umsetzung / <i>methodic implementation</i>	
Seminaristischer Unterricht, Fallstudienarbeit, Gruppenarbeit, Gruppenpräsentationen	
Teilnahmevoraussetzungen / <i>admission requirements</i>	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / <i>learning objectives, Competences</i>	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz, <ul style="list-style-type: none"> • alle wesentlichen Begriffe moderner Managementkonzepte zu definieren • verschiedene moderner Managementkonzepte zu unterscheiden • den grundsätzlichen Aufbau moderner Managementkonzepte zu beschreiben • interdisziplinär, eigenständig in Teams zu arbeiten
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz, <ul style="list-style-type: none"> • moderne Managementkonzepte umzusetzen • moderne Managementkonzepte auf spezifische Fragestellungen anzupassen und anzuwenden • entsprechende Handlungsempfehlungen für die Ausgestaltung eines Managements in Unternehmen abzuleiten
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz, <ul style="list-style-type: none"> • relevante Informationen moderner Managementkonzepte zu erfassen, zu bewerten und zu interpretieren • auf Grundlage der modernen Managementkonzepte fundierte Urteile für unternehmerische Entscheidungen abzuleiten • selbstständig weiterführende Methoden und Theorien moderner Managementkonzepte zu erlernen
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz, <ul style="list-style-type: none"> • mit Experten aus unterschiedlichsten Fachbereichen wie bspw. Produktentwicklung, Marketing oder Sales sowie der Wissenschaft die Grundlagen moderner Managementkonzepte klar und eindeutig zu diskutieren • sich mit Fachvertreter*innen und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen bei der Entwicklung und Anwendung moderner Managementkonzepte auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Am Ende der Veranstaltung findet eine mündliche Prüfung (Gruppenpräsentation, 30 Min p. Pers.) statt.	

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Erfolgreiches Absolvieren der Gruppenpräsentation am Ende der Veranstaltung.
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Pflichtmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Brown, Tim (2009): Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation, 1. Auflage Yayici, Emrah (2016): Design Thinking Allen, David (2015): Getting Things Done Robertson, Brian (2015): Holacracy

MG-PGM-1802	Praxisreflexionsmodul
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko, Prof. Dr. Heiko Kleve
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 25 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 125 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Im Mittelpunkt des Praxisreflexionsmoduls steht ein von den Student*innen selbst organisiertes Praktikum bei einem privaten oder öffentlichen Arbeitgeber im In- oder Ausland. Das Praktikum stellt die Voraussetzung für die Teilnahme an einem Workshop dar, der neben fachlichen und methodischen Aspekten auch die soziale und persönliche Kompetenzentwicklung sowie berufliche Perspektiven adressiert. Im Rahmen des Workshops präsentieren und reflektieren die Student*innen ihre Erfahrungen vor dem Hintergrund ihres Studiums und kommentieren auch die jeweiligen Erfahrungen der Kommilitoninnen und Kommilitonen.</p> <p>Auf Basis der Praktikumserfahrung und des Workshops wählen die Student*innen für ihren Praxisreflexionsbericht aus den im Rahmen des Studiums erworbenen Kenntnissen volks- und betriebswirtschaftlicher, psychologischer, soziologischer oder juristischer Modelle und Theorien eigenständig eine geeignete fachliche bzw. methodische Reflexionsperspektive. Im Bericht reflektieren die Student*innen ihre Erfahrungen aus der Praxis vor dem Hintergrund der im Studium erlernten Theorien und Konzepte und umgekehrt. In Ergänzung zur Reflexion von Fachwissen und Methoden werden auch technologische und soziale Rahmenbedingungen der Praktikumsphase sowie persönliche Entwicklungspotentiale etwa im Hinblick auf die spätere berufliche Tätigkeit reflektiert.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Praktikumsdokumentation und Praxisreflexionsbericht (Selbststudium 90h) Reflexionsseminar (Kontaktzeit 25h, Selbststudium 35h)	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Kolloquium, Fallbesprechungen, Gruppenarbeit, Präsentationen	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
<p>Erfolgreiche Teilnahme an den Pflichtmodul „Master Kick-Off Projekt“ (MG-PGM-1801) sowie sowie mindestens 30 CP aus den folgenden Pflichtmodulen: MG-PGM-1803 Mikroökonomik für BWL (5 CP) MG-PGM-1804 Rechnungswesen und Controlling (5 CP) MG-PGM-1805 Investition und Finanzierung (5 CP) MG-PGM-1806 Grundlagen des Wirtschaftsrechtsrecht (5 CP) MG-PGM-1807 Projektmanagement (5 CP) MG-PGM-1808 Strategisches und internationales Management (5 CP) MG-PGM-1809 Marketingmanagement (5 CP) MG-PGM-1810 Personalmanagement (5 CP)</p> <p>Nachweis von Praxiserfahrung im Umfang von mindestens 4 Wochen (alternativ 20 Tagen Vollzeit).</p>	

Lernziele, Kompetenzen / <i>learning objectives, Competences</i>	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen reflektieren Theorien und Modelle vor ihren Praxiserfahrungen und umgekehrt. Das Verknüpfen von Fachwissen und Methoden mit der beruflichen Praxiserfahrung wird systematisch erprobt, methodengeleitetes Hinterfragen betrieblicher Praxis trainiert. In der geleiteten Reflexion von Theorie und Praxis wird bestehendes Wissen vertieft und neues Wissen generiert. Student*innen können Verbindungen von Theorie und Praxis in zunächst exemplarischer Form eigenständig konstruieren und langfristig weiterentwickeln.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen kennen verschiedene Methoden zur Reflexion und Verarbeitung subjektiver Lernerfahrungen, sie können Erfahrenes aufbereiten und ordnen.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen entwickeln ein erfahrungsorientiertes Verständnis für das Verhältnis von Theorie und Praxis und entdecken das wechselseitig befruchtende Potential einer Zusammenführung von Erkenntnis und Erfahrung.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen dokumentieren und präsentieren ihre Lernerfahrungen in verschiedenen Formaten, sie geben und empfangen Feedback für Einzel- und Gruppenleistungen, sie fragen und hinterfragen kritisch und selbstkritisch.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Praxisreflexionsbericht	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Nachweis der benötigten Praxiserfahrung, Referat und Gruppenarbeiten im Workshop	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.) , Wahlmodul im Bachelorstudiengang PPÖ und Pflichtmodul im Bachelorstudiengang Management (B.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Wird bei der Anmeldung bekannt gegeben.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Für weitere Informationen zum Praxisreflexionsmodul siehe auch die im Campusonlinesystem UWE hinterlegte Checkliste für den Studiengang General Management	

MG-PGM-1803	Mikroökonomik für BWL	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. André Schmidt	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester / <i>1st Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Im Rahmen dieses Moduls werden die Student*innen mit den Grundlagen unternehmerischer, strategischer Entscheidungen vertraut gemacht. Zunächst erhalten die Studierenden einen Überblick über die mikroökonomischen Grundlagen. Darauf aufbauend erlernen die Student*innen auf der Basis der Spieltheorie die Grundlagen interner und externer strategischer Entscheidungen. Darüber hinaus werden die Grundlagen strategischer Entscheidungen unter unvollständiger Information und Unsicherheit erörtert. Marktstrategisches Verhalten auf unvollkommenen Märkten wird dann im industrieökonomischen Teil analysiert.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Mikroökonomik für BWL, Prof. Dr. André Schmidt		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen sollen sich das Wissen über strategische unternehmerische Entscheidungen aneignen. Dazu sollen sie die theoretischen Kompetenzen der Analyse von Entscheidungen auf der Basis der Spieltheorie erlernen und einüben. Sie sollen strategische von operativen Maßnahmen abgrenzen und identifizieren können. Darüber hinaus sollen sie marktstrategisches Verhalten von Unternehmen analysieren und beurteilen können.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Anhand von Praxisbeispielen sollen die Student*innen selbst Daten erheben, analysieren und Ergebnisse präsentieren.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen sollen marktstrategisches Verhalten von Unternehmen erkennen, beurteilen und in den Zusammenhang des ökonomischen Verhaltens einordnen. Darüber hinaus erlernen sie die verschiedenen Strategien zu verifizieren und geeignete von weniger geeignete zu unterscheiden.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Durch Präsentations- und Diskussionstechniken sollen die Student*innen erlernen, kommunikative Kompetenzen in der wissenschaftlichen Diskussion einzusetzen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Hausarbeit (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen aller Prüfungsformen	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Brickley J. A./C. W.Smith/ J. L. Zimmermann(2009), Managerial Economics and Organizational Architecture, 5. Aufl. Mc Graw –Hill, McKenzie, R. B./D. R. Lee (2017), Microeconomics for MBAs: The Economic Way of Thinking for Managers, 3. Aufl., Cambridge. Sloman, J./K. Hinde/D. Garratt (2013), Economics for Business, 6. Aufl., Harlow et al. Watson, J. (2013), Strategy: An introduction to Game Theory, 3. Aufl., New York - London	

MG-PGM-1804	Rechnungswesen und Controlling	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Erik Strauß	
ECTS/ <i>credits</i> , Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 35h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 115h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester / <i>1st Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /<i>short description</i>		
<p>Unternehmen tragen durch ihre Teilnahme am gesellschaftlichen Geschehen eine Verantwortung gegenüber verschiedenen Anspruchsgruppen wie bspw. Mitarbeiter*innen, Eigentümer, Staat, Lieferanten oder der Gesellschaft allgemein. Um diesen Interessentenkreis adäquat über die (Vermögens-, Finanz- und Ertrags-) Lage des Unternehmens zu informieren und ein langfristiges Bestehen zu sichern, steht dem Unternehmen das Instrumentarium des betrieblichen Rechnungswesens und Controlling zur Verfügung. Im ersten Teil des Seminars lernen die Student*innen neben Grundzügen der Finanzbuchhaltung die Bilanzierung nach HGB kennen. Diese extern ausgerichtete Variante des Rechnungswesens wird im zweiten Teil des Seminars durch die Kostenrechnung und das Controlling ergänzt. Dabei lernen die Student*innen wesentliche Aufgaben der Kostenrechnung (Preiskalkulation, Wirtschaftlichkeitsrechnung) und darauf aufbauende finanzielle und nicht-finanzielle Steuerungsinstrumente des Controllings kennen.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / <i>courses (module elements)</i>		
Seminar Rechnungslegung und Controlling und Fallstudie		
Lehrformen, methodische Umsetzung / <i>methodic implementation</i>		
Seminaristischer Unterricht und Fallstudien		
Teilnahmevoraussetzungen / <i>admission requirements</i>		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / <i>learning objectives, Competences</i>		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> • alle wesentlichen Begriffe des externen Rechnungswesens zu definieren • den grundsätzlichen Aufbau einer Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung zu beschreiben • wesentliche Unterschiede zur internen Unternehmensrechnung zu identifizieren, zu formulieren und zu erklären • alle wesentlichen Begriffe der Kostenrechnung zu definieren • den grundsätzlichen Aufbau einer Kosten- und Leistungsrechnung zu beschreiben • wesentliche Controllingkonzepte zu definieren und deren primären Anwendungsbereiche zu erörtern 	

<p>Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Bilanz zu verstehen und rudimentär zu erstellen • eine Gewinn- und Verlustrechnung zu verstehen und rudimentär zu erstellen • Jahresberichte zu analysieren • aufbauend auf den zuvor genannten Informationen entsprechende Handlungsempfehlungen für ein Unternehmen abzuleiten • eine vollständige Kostenrechnung zu verstehen und rudimentär zu erstellen • aufbauend auf den zuvor genannten Rechnungen entsprechende Handlungsempfehlungen zur Verbesserung der Ergebnissituation des Unternehmens abzuleiten • wesentliche Controllinginstrumente zu verstehen und anzuwenden
<p>Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> • relevante Informationen des externen Rechnungswesens, der Kostenrechnung und des Controllings zu erfassen, zu bewerten und zu interpretieren • aus den Daten des externen Rechnungswesens, der Kostenrechnung und dem Controlling fundierte Urteile für unternehmerische Entscheidungen abzuleiten • selbstständig weiterführende Methoden und Theorien des externen Rechnungswesens, der Kostenrechnung und des Controlling zu erlernen
<p>Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul besitzen Student*innen die Kompetenz,</p> <ul style="list-style-type: none"> • mit Experten aus den Investor Relations und der Finanzbuchhaltung sowie Fachvertreter*innen aus der Wissenschaft die Grundlagen des externen Rechnungswesens klar und eindeutig zu diskutieren • mit Experten aus dem Controlling und der Kostenrechnung sowie Fachvertreter*innen aus der Wissenschaft die Grundlagen der internen Unternehmensrechnung klar und eindeutig zu diskutieren • sich mit Fachvertreter*innen und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auf dem Gebiet des externen Rechnungswesens auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen • sich mit Fachvertreter*innen und Laien über Informationen, Ideen, Probleme und Lösungen auf den Gebieten der Kostenrechnung und des Controlling auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen
<p>Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i></p>	
<p>Klausur (60 Minuten)</p>	
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i></p>	
<p>Erfolgreiches Bestehen der Klausur am Ende der Veranstaltung</p>	
<p>Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i></p>	
<p>Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten</p>	
<p>Unterrichtssprache / <i>teaching language</i></p>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English</p>	
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i></p>	

Keine

Lernmaterial, Literaturangaben / *learning material, literature*

Baetge/Kirsch/Thiele (2018): Bilanzen. 14. Auflage.

Döring/Buchholz (2015): Buchhaltung und Jahresabschluss. 14. Auflage.

Weber, J. / Weissenberger, B.E. (2015): Einführung in das Rechnungswesen. Bilanzierung und Kostenrechnung, 9. Aufl., Stuttgart.

Weber, J. / Schäffer, U. (2016): Einführung in das Controlling. 15. Aufl., Stuttgart

MG-PGM-1805	Investition und Finanzierung	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Marcel Tyrell	
ECTS/ <i>credits</i> , Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / 2 nd Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Finanzmathematische Grundlagen der Investitionsrechnung: Statische Investitionsrechnung, Barwertermittlung, Stetige Verzinsung, optimaler Ersatzzeitpunkt, Bewertung von Wertpapieren (Aktien, Renten, Zero-Bonds) Finanzierungsformen: Externe und interne Finanzierung, Mezzanine, Beteiligungsfinanzierung Die neoklassische Perspektive: Finanzmanagement bei technologischer Unsicherheit, Finanzierung unter Berücksichtigung von Steuern und Insolvenzkosten Die neoinstitutionalistische Perspektive: Unternehmensfinanzierung bei Qualitäts- und Verhaltensunsicherheit; Der Principal-Agent-Ansatz in der Unternehmensfinanzierung Kapitalkostenbestimmung und Risiko: Portfolio-Theorie, risikoadjustierte Bewertung (Capital Asset Pricing Modell), Arbitrage Pricing Theory</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar „Investition und Finanzierung“ und Übung zu „Investition und Finanzierung“		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminar und Übungen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen werden mit den Grundlagen der Bereiche Investition und Finanzierung (unter Berücksichtigung verschiedener theoretischer Perspektiven) vertraut gemacht. Sie werden befähigt, mit den finanzmathematischen Grundlagen zu arbeiten und diese selbstständig wiederzugeben. Dies soll Ihnen einen Blick auf die verschiedenen Sichtweisen im Fach Investition und Finanzierung und die dabei anzuwendenden Denkfiguren und Methoden vermitteln. Die im Modul vermittelten unterschiedlichen Perspektiven erlauben es, die wissenschaftliche Entwicklung des Faches Investition und Finanzierung in Bezug auf praktische Problemlösungskapazitäten zu analysieren.	

<p>Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i></p>	<p>Student*innen führen selbständig Investitionsrechnungen durch und nehmen Kapitalkostenbestimmung unter Unsicherheit vor. Sie werden befähigt, Unternehmensbewertungen nach verschiedenen Methoden selbstständig durchzuführen. Sie können die Vor- und Nachteile verschiedener Finanzierungsinstrumente einschätzen und in Bezug auf Fallstudien beurteilen. Dies erlaubt Ihnen vor dem Hintergrund von Kapitalmarktunvollkommenheiten und Informationsasymmetrien Kapitalstrukturentscheidungen zu bewerten.</p>
<p>Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i></p>	<p>Die Student*innen lernen, dass die verschiedenen Finanzierungsinstrumente Rückwirkungen in die Finanz- und Realsphäre haben, die Systemcharakter aufweisen. Dies versetzt sie in die Lage Finanz- und Investitionsentscheidungen in den Gesamtzusammenhang des Branchen- und Unternehmensumfeldes der betreffenden Unternehmen beispielhaft zu analysieren. Damit können Ansatzpunkte, wie Organisationen/Unternehmen sich durch Lösung von Investitions- und Finanzierungsprobleme Wettbewerbsvorteile im Marktkontext verschaffen, diskutiert und beurteilt werden. Feedbackmechanismen aus Real- und Finanzsphäre werden dadurch in einen Systemzusammenhang gesetzt.</p>
<p>Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i></p>	<p>Die Student*innen erhalten zahlreiche Fähigkeiten zur Analyse von Investitions- und Finanzierungsproblemen und können verschiedene Finanzierungsformen in Abhängigkeit der Rechtsform der Organisation differenzieren und kategorisieren. Damit sind sie in der Lage, Finanzierungs- und Investitionsalternativen zu strukturieren und diese zu präsentieren. Außerdem entwickeln die Student*innen die Fähigkeit, verschiedene Lösungsmöglichkeiten zu analysieren und zu bewerten. Dies erlaubt es Ihnen die unternehmerische Finanzierungspolitik zu rechtfertigen und Vorschläge zur Entscheidungsfindung zu unterbreiten.</p>
<p>Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i></p>	
<p>Klausur (120 Min.)</p>	
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i></p>	
<p>Erfolgreiches Bestehen der Klausur</p>	
<p>Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i></p>	
<p>Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten</p>	
<p>Unterrichtssprache / <i>teaching language</i></p>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English</p>	
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i></p>	
<p>Keine</p>	
<p>Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i></p>	
<p>Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.; Allen Franklin: Principles of Corporate Finance; 12th Edition; New York 2018. Schmidt, Reinhard H.; Terberger, Eva (1996): Grundzüge der Investitions- und Finanzierungstheorie; 4. Auflage, Gabler, Wiesbaden</p>	

MG-PGM-1806	Grundlagen des Wirtschaftsrechts	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Christoph Schreiber	
ECTS/ <i>credits</i> , Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Rechtliche Grundkenntnisse sind in der wirtschaftlichen Praxis unerlässlich. Dies gilt sowohl für das Tagesgeschäft als auch für die Entscheidungsfindung, wenn komplexe Sachverhalte zu beurteilen sind. Vor diesem Hintergrund bietet das Modul Grundlagen des Wirtschaftsrechts den Student*innen die Vermittlung wirtschaftsrechtlicher Basiswissens. Von zentraler Bedeutung ist der Aufbau von Verständnis für die Dogmatik des deutschen Privatrechts. Nach einem Überblick über das deutsche Rechtssystem wird ein Einblick in das Bürgerliche Recht gewährt und vor allem die ersten beiden Bücher des BGB als der zentralen Kodifikation des Zivilrechts behandelt. Daran anknüpfend werden die Querbezüge zum Sachenrecht sowie zum Familien- und Erbrecht dargestellt. Das Modul vermittelt außerdem die wichtigsten handels- und gesellschaftsrechtlichen Grundzüge.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
<p>Vorlesung: „Einführung in das Zivilrecht“ Übung: „Zivilrecht case by case / Falltraining im Zivilrecht“</p>		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
<p>In der Vorlesung werden die Methodik und die inhaltlichen Grundlagen des Zivilrechts erarbeitet. Insofern wird ein steter Bezug zur Praxis hergestellt und auch aktuelle Problemfelder sind zu beleuchten. In der Übung werden die erlangten abstrakten Kenntnisse von den Student*innen in die Tat umgesetzt, indem sie mit der Lösung konkreter Fälle konfrontiert werden.</p>		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen erhalten Einblick in die Zivilrechtswissenschaft. Sie lernen die Grundprinzipien des BGB kennen und verstehen die Querbezüge zum Handels- und Gesellschaftsrecht als Materie des besonderen Privatrechts. Einfache Fälle können selbständig gelöst werden.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen erwerben Grundkenntnisse der juristischen Methodik und erkennen die Grundlagen der Rechtsdogmatik. Insbesondere im Rahmen der Übung werden sie an die juristische Fallbearbeitung und die gutachtliche Darstellung herangeführt.	

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Gestärkt werden die Fähigkeit zum logischen Denken, die Beurteilungsfähigkeit und die Vornahme von Abwägungsprozessen, um juristische Sachverhalte einordnen zu können.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen werden mit der juristischen Terminologie vertraut gemacht. Rhetorische Verbesserungen erfolgen im Rahmen der Übung. Lösungen juristischer Probleme können präsentiert und auf ihre Schlüssigkeit überprüft werden.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Projektarbeit	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen der Projektarbeit	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Ewers/Jagusch/Lorberg, Wirtschaftsrecht: Bürgerliches Recht, 2015; Lange, Basiswissen Ziviles Wirtschaftsrecht, 7. Aufl. 2015; Hoffmann, Technik der Fallbearbeitung im Wirtschaftsprivatrecht, 4. Aufl. 2015	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Für die Lehrveranstaltungen wird eine Textausgabe des BGB benötigt.	

MG-PGM-1807	Projektmanagement	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
Projektmanagement hat sich zu einer Arbeits- und Organisationsform entwickelt, die in Unternehmen zunehmend zur Gestaltung von Anpassung und Wandel genutzt wird. In diesem Modul durchlaufen die Student*innen am Beispiel selbst gewählter Projekte verschiedene Phasen des Projektmanagements von der Projektvorbereitung über die Planungs- und Ausführungsphase bis zum Controlling und Projektabschluss.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar Grundlagen des Projektmanagements und Fallstudie Projektmanagement (selbstorganisierte Arbeit in Gruppen, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Moduls kennen die Student*innen Grundzüge sowie neuere Entwicklungsformen des Projektmanagements. • Sie können den jeweiligen Aufbau, die konzeptionellen Grundlagen sowie die praktische Eignung verschiedener Modelle und Konzepte des Projektmanagements einschätzen und sich eine eigene Vorstellung von der Bedeutung dieser Managementform machen. • Sie sind darauf vorbereitet, selbst Projekte zu gestalten und zu leiten. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Moduls können die Student*innen Strategien und Konzepte projektorientierter Unternehmen bewerten. 	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Moduls können die Student*innen Methoden und Instrumente des Projektmanagements zur Lösung konkreter Probleme auswählen und anwenden. 	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nach Abschluss des Moduls sind die Student*innen in der Lage, soziale Umfeldbedingungen von Projekten zu analysieren, einzuordnen und produktiv zu nutzen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung wird in Form eines Projektberichts erbracht.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Beteiligung am Diskurs, Zwischenpräsentationen, erfolgreiche Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Patzack, G. / Rattay, G., Projektmanagement. 5. Auflage, Wien 2009 Kerzner, H., Project Management – A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling, Hoboken 2013.	

MG-PGM-1808	Strategisches und internationales Management	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Hendrik Wilhelm	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester / <i>1st Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
Das Modul gibt einen Überblick über die wichtigsten Konzepte und Anwendungen des Strategischen Managements mit einer besonderen Berücksichtigung internationaler Managementstrategien. Genauer betrachtet werden generelle Fragen der strategischen Analyse, Ausgestaltung und Umsetzung. Daneben wird der Blick auf die Möglichkeiten, Formen und Herausforderungen der Internationalisierung von Unternehmen gelenkt. Strategisches und internationales Management werden zudem als verantwortungsvolle Aufgabenfelder reflektiert, die das Unternehmen mit seiner vielfältigen Umwelt verknüpfen.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar „Konzepte des Strategischen Managements“ (3 ECTS; Kontaktzeit 20 h; Selbststudium 70 h) Fallstudienübung „Internationales Management“ (2 ECTS; Kontaktzeit 10 h; Selbststudium 50 h)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminaristischer Unterricht mit Besprechung von Literatur, Praxisbeispielen, Gastvorträgen, Diskussionsfragen; Erarbeitung und Präsentation von Fallstudien		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss dieses Modul sind die Student*innen in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Konzepte und Anwendungen des strategischen und internationalen Managements zu beschreiben • Chancen und Risiken verschiedener strategischer Optionen, insbesondere auch der Internationalisierung, zu identifizieren und zu diskutieren • Zwischen verschiedenen Formen der Umsetzung von Strategien zu unterscheiden und ihre Vor- und Nachteile zu vergleichen 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Nach Abschluss dieses Modul sind die Student*innen in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Zu beurteilen, welche strategischen Ansätze unter welchen Bedingungen angewendet werden können • Analysemethoden für das strategische und internationale Management zu identifizieren und anzuwenden • Konfliktpotenziale in der Umsetzung von Strategien zu antizipieren. 	

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Nach Abschluss dieses Modul sind die Student*innen in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Die Einbettung strategischer Prozesse in der Umwelt des Unternehmens systematisch zu erfassen; • Ihre eigene Rolle und Verantwortung als Führungskräfte in strategischen Prozessen zu reflektieren; • Einen kritischen Blick auf globale Unternehmensstrategien und deren Auswirkungen zu richten.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Nach Abschluss dieses Modul sind die Student*innen in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • Kompetent mit Experten zu den Themen dieses Moduls zu diskutieren; • Wichtige Aspekte an Kollegen und Geschäftspartnern zu vermitteln; • Strategische Entscheidungen zu erläutern und zu rechtfertigen; • Ethische und interkulturelle Probleme anzusprechen und zu bewerten.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Klausur (120 Min.)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bestehen der Klausur	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Johnson et al. (2015) Strategisches Management: Eine Einführung, 10. Aufl. Sure (2018) Internationales Management: Grundlagen, Strategien und Konzepte.	

MG-PGM-1809	Marketingmanagement	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Michael Steiner	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 60 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 90 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Diese Veranstaltung bietet eine Einführung in das operative Marketing. Im Kern lernen die Student*innen die Elemente des Marketing-Mix (d.h. die 4Ps des Marketing: price, product, place, promotion) kennen. Zudem wird eine grundlegende Einführung in den Bereich Markenmanagement gegeben.</p> <p>Typische Fragestellungen, die im Rahmen dieser Veranstaltung beantwortet werden sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie können Kundenbedürfnisse erfasst und Produkte entsprechend entwickelt werden? • Welche Dimensionen müssen bei der Festlegung von Preisen berücksichtigt werden? • Wie können Zahlungsbereitschaften der potenziellen Kunden erfasst werden? • Wie kann der Gewinn des Unternehmens bei Vorliegen unterschiedlicher Zahlungsbereitschaften gesteigert werden? • Welche Schritte müssen bei der Entwicklung einer Kommunikationsstrategie berücksichtigt werden? • Welche Optionen bestehen beim Aufbau einer Distributionsstrategie? Wie können Konflikte zwischen Handelspartnern vermieden werden? • Was ist Markenimage und wie können Marken positioniert werden? 		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Vorlesung Marketing Management (Prof. Dr. Michael Steiner) Übung zu "Marketing Management" (Prof. Dr. Michael Steiner)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vorlesung & Übung		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<p>Am Ende der Veranstaltung sollen die Student*innen folgende Kompetenzen erworben haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Kenntnis der wichtigsten Begriffe im Marketingmanagement, • die Fähigkeit, Marketingstrategien zu beschreiben und den systematischen Aufbau von Marketingstrategien zu verstehen • das Erkennen, wie sich Marketing-Mix Elemente gegenseitig beeinflussen 	

<p>Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i></p>	<p>Nach der Teilnahme an dieser Lehrveranstaltung sollen die Student*innen die Kompetenz besitzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bestehende Marketingstrategien auf Basis des jeweiligen Marktumfelds zu bewerten • Grundlegende Marketingstrategien zu entwickeln und Handlungsempfehlungen abzuleiten (z.B. welche Produkte angeboten wie diese bepreist und wie den Kunden der Nutzen dieser Angebote verdeutlicht werden sollten, zudem sind die Student*innen in der Lage, Grundzüge einer Distributionsstrategie zu entwerfen, mit deren Hilfe Konflikte mit Handelspartnern verringert werden können)
<p>Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dieser Lehrveranstaltung sind die Student*innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marktinformationen korrekt zu interpretieren, diese zu bewerten und Handlungsempfehlungen abzuleiten sowie diese im Unternehmen zu verteidigen • An selbst gewählten Beispielen erläutern, welchen Einfluss bestimmte Marketingmaßnahmen auf den Unternehmenserfolg haben
<p>Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i></p>	<p>Nach erfolgreicher Teilnahme an dieser Lehrveranstaltung sind die Student*innen in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategien in relevante Teilaspekte zu zerlegen und diese Daten zu strukturieren • relevante Informationen auszuwählen und eigene strategische Entscheidungen zu rechtfertigen bzw. bestehende Strategien kritisch zu hinterfragen und hinsichtlich des zu erwartenden Erfolgs zu bewerten
<p>Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i></p>	
<p>Klausur (60 Min.).</p>	
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i></p>	
<p>Erfolgreiches Bestehen der Klausur</p>	
<p>Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i></p>	
<p>Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten</p>	
<p>Unterrichtssprache / <i>teaching language</i></p>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English</p>	
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i></p>	
<p>Keine</p>	
<p>Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i></p>	
<p>Kotler, P.; Keller, K.L. (2009): Marketing Management, 13th edition, New Jersey. Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2014) Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden. Zusätzliche Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben.</p>	

MG-PGM-1810	Personalmanagement
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> 60 h Selbststudium/ <i>self study:</i> 90 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Die Veranstaltung deckt den kompletten Zyklus des Personalmanagements ab. Vorbereitend werden zentrale Elemente institutionenökonomischer Annahmen, insbesondere die Agentur- und Verfügungsrechtetheorie eingeführt bzw. wiederholt. Aufbauend auf der Betrachtung der historischen Entwicklung des Personalwesens werden Sinn, Zweck und Funktionen dieses organisationalen Teilbereichs diskutiert.</p> <p>Die tatsächliche Personalarbeit wird ausgehend von der Ableitung einer Personalstrategie aus der Unternehmensstrategie thematisiert. Es werden zentrale Elemente auf Ebene des strategischen, taktischen und operativen Personalmanagements besprochen. Insbesondere Fragen der Rekrutierung, Personalauswahl, Personalauswahl, Leistungsbewertung, Entlohnung, Personalentwicklung und Personalfreisetzung stehen hier im Vordergrund. Die Veranstaltung wird abgerundet durch die Vermittlung prominenter alternativer Personalmanagementsysteme (z.B. Mitarbeiterlebenszyklusmodelle).</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Vorlesung „Personalmanagement“ und Fallstudienübung „Personalmanagement“	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Unterricht mit Fallbesprechungen und Gruppenarbeit	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen entwickeln ein ganzheitliches Verständnis des Personalmanagements. Sie können Wesen und Aufgaben des Personalmanagements definieren und zentrale Elemente des PM beschreiben. Die Student*innen sind in der Lage, Methoden des PM auf unklare und schlecht definierte Problemstellungen anzuwenden. Sie sind in der Lage, ein kohärentes PM-System nachzuvollziehen und ggf. selbstständig auf neue organisationale Kontexte anzuwenden. Sie sind in der Lage bestehende Elemente des Personalmanagements in einer Organisation zu identifizieren, analysieren und zu evaluieren.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen sind in der Lage, eine Unternehmensstrategie in eine korrespondierende Personalstrategie zu übersetzen und daraus relevante Maßnahmen abzuleiten. Sie können den organisationalen Bedarf sowie die Auswirkungen von Managementmaßnahmen abschätzen und in ihr Kalkül mit einbeziehen.

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen sind in der Lage, Rollen, Funktionen und Aufgaben primärer und sekundärer Wertschöpfungsaktivitäten – am Beispiel des Personalwesens – in Beziehung zu setzen und voneinander abgrenzen. Sie entwickeln ein Verständnis für die Zusammenhänge und Abhängigkeiten dieser funktionalen Einheiten im Rahmen der organisationalen Wertschöpfung.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können die von Ihnen entwickelten Problemanalysen und Lösungsvorschläge vor einem Fachpublikum präsentieren und verteidigen. Sie sind in der Lage, Unternehmern, Geschäftsführern und Linienmanagern mit anderem fachlichen Hintergrund Sinn und Zweck des Personalmanagements zu vermitteln. Sie sind darüber hinaus in der Lage, den Wertbeitrag des Personalmanagements zur organisationalen Wertschöpfung zu argumentieren und zu verteidigen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Klausur (60 Minuten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen der Klausur	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Christian Scholz (2013). Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen. Vahlen Verlag. Zusätzliche Fallstudien werden in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.	

MG-PGM-1811	Masterthesis
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	20 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> - Selbststudium/ <i>self study:</i> 600
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / <i>4th Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Am Ende ihres Studiums sollen die Student*innen die Fähigkeit zur eigenen wissenschaftlichen Bearbeitung wirtschaftswissenschaftlicher Themen unter Beweis stellen. Das Mastermodul (Abschlussmodul) besteht aus einem Masterprojekt (Praxisphase) und der Master Thesis.</p> <p>Das Masterprojekt wird in der Regel bei einem Unternehmen außerhalb der Hochschule oder in einem Forschungsprojekt durchgeführt.</p> <p>Die Master Thesis ist die selbständige schriftliche Ausarbeitung einer abgegrenzten Fragestellung aus dem Masterprojekt nach wissenschaftlichen Methoden.</p> <p>Nur in Ausnahmefällen ist eine projektunabhängige Themenstellung möglich.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Betreuung: nach Absprache	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Selbständiges wissenschaftliches Arbeiten	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Erfolgreiche Teilnahme an den Pflichtmodulen des Masterstudiengangs General Management (M.A.)	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Mit der Masterthesis sollen die Student*innen zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein wirtschaftswissenschaftliches Problem selbstständig und nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen sind in der Lage, eine passende Forschungsstrategie und empirische Methode in Bezug auf die Forschungsfrage und den Stand der aktuellen Forschung in dem spezifischen Bereich abzuleiten. Sie können Forschungsdaten mit geeigneten Mitteln sammeln. Sie sind in der Lage, Daten zu analysieren und die Ergebnisse zu interpretieren.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen zeigen, dass sie zur geistigen Durchdringung der wissenschaftlichen Literatur sowie zur Abfassung wissenschaftlichen Anforderungen genügender Texte in der Lage sind.

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen sind in der Lage, ihre Forschungsergebnisse sowohl Praktikern als auch Forschern zu erklären und zu verteidigen. Sie haben die Fähigkeiten entwickelt, um komplexes und neuartiges Wissen nach den Prinzipien guter Forschungspraxis zu präsentieren.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Eigenständige schriftliche Arbeit und mündliche Verteidigung (mündliche Prüfung). Die Masterarbeit wird in deutscher oder englischer Sprache verfasst. sie soll in der Regel 40 Seiten umfassen.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Die Masterarbeit muss mindestens mit ausreichend bewertet werden. Die mündliche Verteidigung (mündliche Prüfung) wird nicht benotet, muss aber bestanden sein.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Einzelfallabhängig.	

Wahlpflichtmodule / *Elective Compulsory Modules*

Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht)/
Module Group “Methods” (Elective Compulsory)

MG-WPM-1801	Philosophy of Science	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Jens Harbecke	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> 30 h	Selbststudium/ <i>self study:</i> 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester / <i>1st Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>The module provides an introduction to the philosophy of science. The main objective is to give to the students the tools to better understand the structure of scientific theories as well as the applications of scientific methods and re-search strategies to practical problems in everyday life and to management challenges.</p> <p>Some of the topics that we will tackle in the seminar include: logical positivism and inductivism, falsificationism, scientific revolutions, scientific realism, and the inference to the best explanation. The students will learn to conduct scientific discussions, especially with respect to questions about scientific proofs and scientific theory construction. At the same time the students are trained in reflecting their own scientific work.</p> <p>The final part of the course is dedicated to the topic of evidence-based management as the place where philosophy of science and management practice meet each other. The students learn the fundamental concepts and discuss case-studies of evidence-based management</p> <p>The module covers mainly the following topics: Science as a form of cognition, Experiments and design, Inductivism, Falsifiability, Theory as structures, New Experimentalism, Bayesian Inference, Evidence based management.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
The module contains a seminar unit and a block unit.		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
The course will first cover the main themes of the subject. The sessions begin with a brief summary of the topics by the supervisor. Subsequently, one or two students will lead a discussion on the basis of questions they have prepared. The block unit is based on a case study, in which the students have to apply the general methods to a management problem.		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
None		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / Extending and Consolidating Knowledge	Students acquire Knowledge about the main positions in the philosophy of science on the nature of scientific research, the structure of scientific theories, and the form of scientific methodology and scientific evidence. They reflect and interpret several prominent authors, discuss the implications, and present their own positions in class.	

Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Students learn how to develop their own questions and example related to the studied topics. Moreover, they apply and evaluate the studied methods through the application to several case studies from evidence-based management.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Students demonstrate how a practical problem can be solved by applying general scientific methods. They predict how their offered solution will affect the studied systems, and they explain why the predicted changes occur in those systems.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Students work in a team when organizing a discussion in class. Moreover, they work in a team when analyzing and solving the case studies from evidence-based management. They communicate their results to the audience with a prepared presentation and defend their solutions. They assess each other's performance as well as their respective results in light of the discussion in class.
Prüfungsmodalitäten, -formen / exam assessments and forms	
Written exam (120 minutes)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / precondition for award of credits	
Submission of two discussion sheets.	
Stellenwert der Note in der Endnote / weight of grade for final grade	
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.	
Unterrichtssprache / teaching language	
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / module applicability	
Compulsory elective module in the Master course Strategy & Organization (M.Sc.) and obligatory module in the Master course Philosophy, Politics and Economics (M.A.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / learning material, literature	
<p>Pfeffer, J. and Sutton, R. (2006a), Evidence-based management, Harvard Business Review.</p> <p>Pfeffer, J. and Sutton, R. (2006b), Hard Facts, Dangerous Half-Truths and Total Nonsense - Profiting from Evidence-Based Management, Harvard Business School Press.</p> <p>Staley, Kent W. (2014), And Introduction to Philosophy of Science. Cambridge University Press.</p> <p>Godfrey-Smith, P.: Theory and Reality: An introduction to the Philosophy of Science. Chicago: University of Chicago Press 2003.</p> <p>Psillos, S. and M. Curd (eds): The Routledge Companion to Philosophy of Science. New York: Routledge 2008.</p> <p>Papineau, D.: The Philosophy of Science. Oxford: Oxford University Press 1996.</p>	
Weitere Informationen / other information	
Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.	

MG-WPM-1802	Quantitative Methods
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Junior-Prof. Dr. Magdalene Silberberger
ECTS/credits, <i>Workload:</i>	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> 30 h Selbststudium/ <i>self study:</i> 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester / <i>1st Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
This course covers the statistical tools needed to understand empirical economic research and to plan and execute independent research projects. It focuses on the estimation, inference and identification of linear regression models. The course will include the use of R, a standard software for econometric and statistical analysis.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
The module contains a seminar unit and a tutorial unit.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
The course provides a theoretical background on the main statistical tools which is complemented by the analysis of research papers. The tutorial unit will focus on the use of R in which students will have the opportunity to apply the theoretical Knowledge.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
None	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	The first learning objective of this course is to provide students with econometric theory to understand economic research. The second learning objective is to provide them with a toolkit to conduct independent research projects.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Students learn to match the theoretical frameworks to the specific research question. They learn the single steps which are necessary to execute research projects.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	This course is primarily directed at developing and practicing students' ability to critique and create research designs.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Students work in a team when analyzing actual cases of research in the social sciences. They communicate their results to the audience and defend their solutions. They assess each other's performance as well as their respective results in light of the discussion in class.

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Written exam (60 minutes).
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
None
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Electiv compulsory module in the Master course Strategy & Organization and obligatory module in the Master course Philosophy, Politics and Economics
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Imai, K.: Quantitative Social Science: An Introduction, Princeton University Press 2017. Wooldridge, J.M.: Introductory Econometrics, South-Western, 2016
Weitere Informationen / <i>other information</i>
Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.

MG-WPM-1803	Advanced Qualitative Methods	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 40 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 110 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p><i>Do live crocodiles affect a person's willingness to gamble? What are the perceived personalities of rocks from a sales and marketing perspective? Are ladies who own cats actually more likely to be crazy?</i> Each year, Harvard University selects the most fascinating and outrageous questions researched in a variety of domains to award the Ig Nobel prize. All these questions have in common that they are relevant, investigated through rigorous research methods, and found to be highly entertaining. If you sometimes also catch yourself thinking “I wonder if it is actually true that...” then you have come to the right course – welcome to Qualitative Methods. This course will challenge you to use the Knowledge you might already have of qualitative methods and use it as a tool to create new Knowledge.</p> <p>In this course, students have the opportunity to be an independent researcher; finding an interesting question to research, using qualitative methods to answer that question and sharing the findings through a presentation and a research paper. The course will guide students through different qualitative research methods and in developing their own research study.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Interactive lecture (Lecturer: Dr. Maike Gerken)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Interactive seminar with discussions; lectures, group work, and presentations by students		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
None		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Students are able to define theories to build up a qualitative research question. Students gain Knowledge on qualitative research design and ways of collecting data, as well as sampling. Students learn about the different approaches and analyzing methods. They are able to select a fitting approach and data-analysis methods to answer their own research question.	

Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Students use the acquired theoretical Knowledge on qualitative research to develop a study design. Students are able to collect data in order to answer their research question. Students demonstrate analytical skills through analyzing their data and derive conclusions from their research. Students are able to identify existing limitations in their research study and are able to formulate implications based on their results.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Students are able to build up a valid argumentation for the choices and decisions made based on theory and their research question. In addition, students also demonstrate an in-depth understanding of their chosen qualitative approach. They are also able to identify the added value of their research study.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Students can report on their data analysis results and present their research in front of researchers and practitioners alike. Students can present their research study and persuade others of the validity of the research question, chosen qualitative research approach and presented findings.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Assessment is based on a written paper (ca. 20 pages).	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Presentation of the research study. Positive evaluation of the paper.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Electiv compulsory module in the Master course Strategy & Organization and obligatory module in the Master course Philosophy, Politics and Economics	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Savin-Baden, M. & Howell Major, C. (2013). Qualitative Research. The essential guide to theory and practice. Routledge In addition, a reader has been compiled of selected scientific journal articles: Elsbach, K.D., & Kramer, R.M. (2003). Assessing Creativity in Hollywood Pitch Meetings: Evidence for a Dual-Process Model of Creativity Judgments. The Academy of Management Journal, 46(3), 283-301. Flyvbjerg, B. (2006), Five misunderstandings about case-study research. Qualitative Inquiry 12 (2), 219-245. Kearns, K. (2014). Working reflexively with ethical complexity in narrative research with disadvantaged young people. Qualitative Social Work, 13(4), 502-521. Koenig, T.L., Lee, J.H., Macmillan, K.R., Fields, N.L., & Spano, R. (2014). Older adult and family member perspectives of the decision-making process involved in moving to assisted living. Qualitative Social Work, 13(3), 335-350.	

Krummaker, S. & Vogel, B. (2013). An in-depth view of the facets, antecedents, and effects of leaders' change competency: Lessons from a case study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 49(3), 279-307.

Plowman, D.A. et al. (2007). Radical Change Accidentally: The Emergence and Amplification of Small Change. *The Academy of Management Journal*, 50(3), 515-543.

Weitere Informationen / *other information*

Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.

MG-WPM-1804	Marketing Research Methods	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Michael Steiner	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours:</i> 60 h	Selbststudium/ <i>self study:</i> 90 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / 2 nd Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Any decision that managers need to make is based on data. Marketing managers, for example, need to understand their customers' needs and (based on this data) can define distinct customer groups and develop products for them. Managers need to understand the effect of changes to the marketing mix (e.g. the effect of price changes or new advertising campaigns). This lecture introduces students to the most commonly used survey and analysis techniques from marketing.</p> <p>Students will learn how to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Survey respondents needs and preferences • Predict future market share for certain products or alternative prices (conjoint analysis) • Identify outliers in the data and to define customer groups (Cluster Analysis) • Assess the effect of single changes to the marketing mix (Analysis of Variance and Regression Analysis) <p>This lecture is not a common lecture on statistics; besides providing students with statistical Knowledge, it focuses on the methods' application. Students also learn how to use common software such as SPSS or open-source software such as Jasp.</p> <p>Students are also asked to conduct an own research project, i.e. define a research question, develop a questionnaire and program an online survey, collect data, analyze it and present and discuss the project's results.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar Marketing Research Methods		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Lecture and tutorial unit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
<p>Students must already have a basic understanding of the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Research designs (exploratory research, descriptive research, and causal research) - Questionnaire design (e.g., scale types, item development latent constructs) - Basic significance tests (e.g., confidence intervals, probability of error, chi2-tests, t-tests) - Basic univariate statistics (e.g., variance, std. deviation, mean, mode, median) and basic bivariate methods (e.g., correlations) 		

Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<p>After participating successfully in this lecture, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Know the underlying idea of common approaches such as ANOVA, regression analysis, cluster analysis and conjoint analysis • Describe these approaches • Describe contexts in which these methods are applicable and be able to justify reasons for this choice • Interpret a study's results and derive marketing actions from it
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<p>After participating successfully in this lecture, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recommend and justify a method to address a specific research problem • Evaluate the results quality based on several validity measures and significance tests • Develop a survey or experimental design, develop hypotheses and collect data
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<p>After participating successfully in this lecture, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apply the survey and estimation techniques discussed in this lecture in their own research context • Calculate relevant statistics such as significance tests and validity measures • Prove significant relationships and test hypotheses • Verify the validity of a study's results
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<p>After participating successfully in this lecture, students should be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluate the results, summarize the main findings and justify marketing actions • Classify distinct groups of objects (customer or competitor groups) • Diagnose effects of managerial actions • Present and discuss a study's results
Prüfungsmodalitäten, -formen / exam assessments and forms	
Written exam (60 min.)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / precondition for award of credits	
Passing the exam	
Stellenwert der Note in der Endnote / weight of grade for final grade	
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.	
Unterrichtssprache / teaching language	
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / module applicability	
Elective compulsory module in the Master course Strategy & Organization	
Lernmaterial, Literaturangaben / learning material, literature	
Iacobucci, D.; Churchill, G. A. (2010) <i>Marketing Research – Methodological Foundations</i> , international edition, 10th edition, Fort Worth.	

Hair, J.F.; Black, W.C.; Babin, B.J.; Anderson, R.E. (2009) Multivariate Data Analysis, Pearson Education, Harlow.

Additional journal papers and books presented during the lecture.

Weitere Informationen / *other information*

Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.

MG-WPM-1805	Wirtschaftswissenschaftliches Denken und Schreiben
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester oder 2. Semester / <i>1st or 2nd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>In diesem Modul werden grundlegende Kenntnisse und Arbeitstechniken zum Verfassen wissenschaftlicher Arbeiten vermittelt. Hierfür wird sowohl der Aufbau empirischer als auch theoretischer Arbeiten analysiert und die Funktionen einzelner Textabschnitte erläutert. Dabei wird im Besonderen auf folgende Punkte eingegangen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung und wissenschaftstheoretische Grundlagen • Inhaltliche Ausgestaltung wissenschaftlicher Arbeiten • Stilistische Regeln wissenschaftlicher Arbeiten • Form und Ausgestaltung wissenschaftlicher Arbeiten • Präsentation wissenschaftlicher Arbeiten 	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Seminar Wissenschaftl. Denken und Schreiben 5 ECTS: Kontaktzeit 30 h, Selbststudium 120 h	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Unterricht. Als Grundlagenveranstaltung ist dieses Modul inhaltsorientiert. Die elementaren Sachverhalte werden in den einzelnen Seminarsitzungen in angemessener Weise vorgestellt und reflektiert. Das Verständnis wird anhand von anwendungsbezogenen Übungsaufgaben vertieft.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach der erfolgreichen Teilnahme an diesem Modul sind Student*innen in der Lage wissenschaftliche Texte eigenständig zu analysieren und zu bewerten. Ihr Textverständnis und Ihre Argumentationsfähigkeit werden in dialogischen Situationen im Seminar gefördert.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Teilnehmer*innen erlernen Informationsquellen zu nutzen und eigenständig Recherchen durchzuführen. Zudem erwerben Sie Schreibfähigkeit für Hausarbeiten und Seminararbeiten.

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Nach Abschluss des Moduls können die Teilnehmer*innen den Aufbau empirischer und theoretischer Arbeiten analysieren und die Funktion einzelner Textabschnitte erläutern. Zudem können sie die so erlangten Erkenntnisse in Beziehung zu einander setzen und in eigenen Arbeiten anwenden.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen erlernen die Erstellung eigener wissenschaftlicher Arbeiten und Präsentationen. Ziel ist es außerdem ein gewisses kritisches Verständnis in Bezug auf die Qualität wissenschaftlicher Texte zu entwickeln.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Schriftliche Ausarbeitung (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bewertung der Prüfungsleistung mit ausreichend oder besser.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English Unterrichtssprache ist Deutsch. Vorlesungsunterlagen und Texte sind teilweise in englischer Sprache.	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul in dem Bachelorstudiengang Management (B.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.	

MG-WPM-1806	Mathematik
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester oder 2. Semester / <i>1st or 2nd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
Inhalt dieses Moduls sind die für einen tieferen Einblick in die Ökonomie elementaren methodischen Grundlagen. Das Modul „Mathematik“ vermittelt anwendungsbezogen die für die Ökonomie relevanten mathematischen Kenntnisse und Fähigkeiten.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Seminar Mathematik: 4 ECTS, Kontaktzeit 20 h, Selbststudium 90 h Übungen und Tutorien: 1 ECTS: Kontaktzeit 10 h, Selbststudium 30 h	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Unterricht. Als Grundlagenveranstaltung ist dieses Modul inhaltsorientiert. Die elementaren Sachverhalte werden in den einzelnen Seminarsitzungen in angemessener Weise vorgestellt und reflektiert. Das Verständnis wird anhand von anwendungsbezogenen Übungsaufgaben vertieft.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen erlangen Einblick in die Anwendung grundlegender mathematischer Methoden sowie ein Verständnis ökonomischer Modellierungsprozesse. Elementare mathematische Kenntnisse werden wiederholt und erweitert. Nach der Mathematik-Veranstaltung kennen die Student*innen grundlegende Methoden der Linearen Algebra, Differential- und Integrationsrechnung sowie verschiedene Optimierungsverfahren unter Nebenbedingungen.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Nach Abschluss des Moduls sollen die Student*innen in der Lage sein, einfache ökonomische Probleme mathematisch zu modellieren. Es soll ihnen darüber hinaus möglich sein, aus ökonomischen Sachverhalten Hypothesen abzuleiten. Die Student*innen sollen begründete Urteile in Problemsituationen auf Basis mathematischer Modellierungen abgeben können.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen sollen nach Abschluss des Moduls dazu befähigt sein, zur Modellierung einfacher ökonomischer Sachverhalte die adäquaten mathematischen Methoden zu wählen und ihre Entscheidung wissenschaftlich zu begründen.

	den. Sie sollen zudem dazu in der Lage sein, sich in ökonomische Problemstellungen eigenständig einzuarbeiten, von diesen zu abstrahieren und sie mathematisch zu modellieren.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, ökonomische Sachverhalte mit den Mitteln der Mathematik nachvollziehbar darzustellen und angemessen zu erläutern. Sie sollen in Bezug auf formale Fragen adäquat kommunizieren und sich ausdrücken können.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Klausur (120 min)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bewertung der Klausur mit ausreichend oder besser.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Pflichtmodul in den Bachelorstudiengängen Philosophie, Politik und Ökonomik (B.A.) und Management (B.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Schwarze, J. (2005): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler I-III, Herne. Sydsaeter, K.; Hammond, P. (2008): Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler - Basiswissen mit Praxisbezug, München. Eine Änderung und Anpassung der verwendeten Literatur bleibt den Dozierenden vorbehalten.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Zum erfolgreichen Abschluss der Modulgruppe „Methoden“ (Wahlpflicht) müssen 10 ECTS-Punkte erreicht werden.	

MG-WPM-1807	Statistik
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	1. Semester oder 2. Semester / <i>1st or 2nd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
In der Statistik Vorlesung erhalten Studierende einen Überblick über wichtige einführende Konzepte und statistische Verfahren: von Datensammlung, deskriptiver Statistik, Wahrscheinlichkeitstheorie, Inferenzstatistik, Schätzung, Hypothesentests, bis zu bivariaten und multivariaten Regressionsanalysen.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Das Modul wird in der Regel als wöchentliches Seminar mit Übungen angeboten.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Unterricht mit Übungen.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Hauptziele der Veranstaltung sind die Entwicklung eines fundierten kritischen Urteils über quantitative Studien in den Sozialwissenschaften, die Interpretation quantitativer Analysen in publizierten Arbeiten, das Verständnis zentraler statistischer Analysemethoden und deren Anwendung zur Beantwortung sozialwissenschaftlicher Forschungsfragen.	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Studierenden sind in der Lage, sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Probleme zu beschreiben und zu modellieren. Sie kennen die grundlegenden Methoden der deskriptiven Statistik, der Wahrscheinlichkeitsrechnung, der Inferenzstatistik und der Regressionsanalyse und können geeignete Methoden auswählen. Die Studierenden können zentrale Verfahren der Datenanalyse anwenden. Sie sind in der Lage, Analysen anderer Forscher nachzuvollziehen und deren Ergebnisse zu interpretieren.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Studierende sind in der Lage, real-weltliche Probleme in Forschungsfragen zu formalisieren und diese anhand von statistischen Verfahren zu beantworten.

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Studierende können sozial- und wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen mit Methoden der deskriptiven und inferentiellen Statistik sowie der Regressionsanalyse beurteilen.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Studierenden sind in der Lage, erhobene Daten einer eigenständigen Analyse zu unterziehen und die Ergebnisse für ein breites Publikum aufzuarbeiten und zu kommunizieren. Insbesondere können Sie bereits durchgeführte Analysen und präsentierte Ergebnisse auf ihre Validität überprüfen und diskursiv hinterfragen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Klausur	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bewertung der Modulabschlussprüfung mit ausreichend oder besser.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Einbindung in die Praxis / <i>incorporation of practice</i>	
Jede Woche wird eine Forschungsfrage anhand eines realen Datensatzes gestellt. Die Studierenden sind in der Lage, die Daten mit erlernten Methoden zu analysieren.	
PRME-Umsetzung / <i>implementation of the Principles of Responsible Management Education</i>	
<p>Durch die Umsetzung des Prinzips der verantwortungsvollen Managementausbildung sind die Studierenden in der Lage, eine vollständige statistische Analyse durchzuführen und anspruchsvolle Ergebnisse für Politik und Management zu interpretieren.</p> <p>Die interaktive Lernumgebung durch die Anwendung verschiedener statistischer Methoden auf reale Datensätze, die Interpretation der Ergebnisse und die Beantwortung von Forschungsfragen befähigt die Master-Studierenden, eine vollständige und hochqualifizierte Analyse für einen Entscheidungsprozess für jedes Unternehmen durchzuführen.</p>	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
<ul style="list-style-type: none"> - Auer, Benjamin und Rottmann, Horst: <i>Statistik und Ökonometrie für Wirtschaftswissenschaftler</i>, Springer Gabler - Von Auer, Ludwig: <i>Ökonometrie – Eine Einführung</i>, Springer Gabler 	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	

Modulgruppe
„Studium fundamentale“ (Wahlpflicht) /
Module Group “Studium fundamentale“ (Compulsory Elective)

MG-WSf-1801	Studium fundamentale
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Claus Volkenandt
ECTS/credits, Workload:	15 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 90 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 360 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	Ab 1. Semester / <i>from 1. Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i> Das Studium fundamentale wird studiumbegleitend angeboten
Kurzbeschreibung /short description	
Das Studium fundamentale bietet jedes Semester eine breite Palette von Veranstaltungen in den Kompetenzbereichen Reflexion, Kommunikation und künstlerische Erfahrung an. Es bietet exemplarische Einblicke in verschiedene Theorieformen, Praktiken und Erfahrungsmöglichkeiten in unterschiedlicher Nähe und Ferne zum eigenen Studienfach. Anregungen zur persönlichen Weiterentwicklung (Persönlichkeitsbildung) sind ein Querschnittziel des Studium fundamentale.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Seminare und andere Veranstaltungsformate in den Bereichen <ul style="list-style-type: none"> • reflexive Kompetenz • kommunikative Kompetenz • künstlerische Kompetenz Das Veranstaltungsangebot wird semesterweise von der Fakultät für Kulturreflexion und Studium fundamentale gestaltet. Der Dozent*innenpool umfasst alle Dozenten*innen sowie alle Lehrbeauftragten der UWH.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminare, Übungen, Blockseminare, Exkursionen, Aufführungen	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Das fächerübergreifende Studium fundamentale bietet den Student*innen aller an der Universität vertretenen Fachrichtungen ein differenziertes Angebot (ca. 50 Veranstaltungen pro Semester), um Denkweisen des eigenen Fachs zu reflektieren sowie die Denkweisen anderer wissenschaftlicher Disziplinen, aber auch Formen der künstlerischen Praxis kennen zu lernen.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können ihre Reflexions-, Verständigungs- und Organisationsfähigkeit verbessern, entfalten künstlerisches, politisches und gesellschaftliches Engagement, üben sich im Perspektivenwechsel, knüpfen Kontakte und erfahren persönliche und fachliche Anregungen, um über fachdisziplinäre Grenzen hinweg ihr akademisches und persönliches Profil weiterzuentwickeln.

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Alle nach Studien- und Prüfungsformen vorgesehenen Prüfungsformen
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Nachweis der benoteten Prüfungsleistungen, siehe Merkblatt der Fakultät für Kulturreflexion und Studium fundamentale.
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English Dozent*innen- und veranstaltungsabhängig
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Alle grundständigen Studiengänge der Universität Witten/Herdecke
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Veranstaltungsabhängig

Wahlmodule mit Vertiefungen / *Free Elective Modules with Majors*

Modulgruppe und Vertiefung
„Family Business Management” (Wahl) /
Module Group and Major “Family Business Management”
(Elective)

MG-WFB-1801	Theorie der Unternehmerfamilie und des Familienunternehmens
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Heiko Kleve
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30h Selbststudium/ <i>self study</i> : 90h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / 4 th Semester
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Unternehmerfamilien sind besondere soziale Strukturen, in denen das verkoppelt ist, was in unserer Gesellschaft zumeist getrennt wird: das private Familien- und das geschäftliche Berufsleben. Mitglieder von Unternehmerfamilien sind über ihr Verwandtschaftsverhältnis sowie über die gemeinsame Eigentümerschaft an einem oder mehreren Unternehmen miteinander verbunden. Sie müssen die anspruchsvolle Aufgabe meistern, Familie zu bleiben und gemeinsam unternehmensbezogene Eigentümerentscheidungen zu treffen, die ihren geschäftlichen Erfolg auch für die Zukunft sichern. Die Untersuchung dieser Ambivalenz und die zugehörige theoretische Reflexion stehen im Zentrum dieses Moduls.</p>	
Lehrveranstaltungen / courses (module elements)	
Seminar „Theorie der Unternehmerfamilie und des Familienunternehmens“	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Unterricht, Präsentationen von Student*innen, Gruppendiskussion	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Das Ziel dieses Moduls ist es, die Student*innen mit den grundlegenden Theorien der Familien-, Wirtschafts- und Organisationssoziologie vertraut zu machen. Damit sollen sie in die Lage versetzt werden, dieses theoretische Wissen selbstständig wiederzugeben. In einem nächsten Schritt sollen diese theoretischen Kenntnisse auf die Besonderheiten der Unternehmerfamilie angewandt werden. Dafür werden zahlreiche Beispiele aus der Praxis eingebracht, die im Anschluss diskutiert und verglichen werden. Ferner soll das Wissen zu interkulturellen Unterschieden bei den Student*innen vertieft werden und es wird die Ausformung einer multiplen Moderne diskutiert.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Auf Grundlage der theoretischen Kenntnisse werden die Student*innen in die Lage versetzt, Unternehmerfamilien an konkreten Beispielen darzustellen. Ferner erhalten sie eine fachbezogene Methodenkompetenz und können die Methoden der empirischen Sozialforschungen auf die Analyse der Unternehmerfamilie anwenden. Es ist vorgesehen, dass die Student*innen selbst Daten sammeln und auswerten. Damit sind sie in der Lage, eigene Hypothesen zu erarbeiten und

	diese auf Grundlage des empirischen Materials zu reflektieren. Des Weiteren lernen die Student*innen verschiedene Managementinstrumente kennen, die bei der Organisation von Unternehmerfamilien zum Einsatz kommen.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen lernen die Grundlagen der Systemtheorie kennen und können die Unternehmerfamilie als Sozialsystem analysieren. Damit sind sie in der Lage, die Belange der Familie und des Unternehmens in Beziehung zueinander zu setzen sowie paradoxe und ambivalente Phänomene in diesem Spannungsfeld zu erklären. Ferner können sie an Beispielen erklären, welche Besonderheiten existieren und was bei der Organisation der Unternehmerfamilie zu beachten ist. Verschiedene Ansatzpunkte für die Strategieentwicklung und die Organisation in Unternehmerfamilien können damit diskutiert und beurteilt werden.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen erhalten zahlreiche Fähigkeiten zur Analyse von Unternehmerfamilien und können verschiedene Organisationsmodelle der Unternehmerfamilie differenzieren und kategorisieren. Damit sind sie in der Lage, neue Vorschläge für die Strategieentwicklung und die Organisation der Unternehmerfamilie zu entwickeln und diese zu präsentieren. Außerdem entwickeln die Student*innen die Fähigkeit, verschiedene Lösungsmöglichkeiten zu analysieren, zu bewerten und strukturiert darzustellen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Hausarbeit (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen der Hausarbeit und der mündlichen Prüfung	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
<p>Baus, K. (2003). Die Familienstrategie. Wiesbaden.</p> <p>Carlock, R., Ward, J. (2001). Strategic Planning for the Family Business. Parallel Planning to Unify the Family and Business</p> <p>Hildenbrand, Bruno (2002). Familienbetriebe als „Familien eigener Art“. In: Simon, Fritz B. (Hrsg.): Die Familie des Familienunternehmens. Ein System zwischen Gefühl und Geschäft. Heidelberg: Carl-Auer, 115-144.</p> <p>Kieserling, André (1994). Familien in systemtheoretischer Perspektive. In: Herlth, A. et al. Abschied von der Normalfamilie? Partnerschaft kontra Elternschaft. Heidelberg: Springer, 16-30.</p> <p>Kleve, Heiko (2018a). System Compliance in Unternehmerfamilien. Konfliktprävention durch Beachtung elementarer Systemregeln. Erscheint in: <i>Konfliktdynamik</i>. 4.</p> <p>Kleve, Heiko (2018b): Das Tetralema der Unternehmerfamilie. Skizze eines systemischen Forschungsprogramms. In: <i>systeme</i>. 2.</p>	

- Kocka, Jürgen (1979). Familie, Unternehmen und Kapitalismus. An Beispielen aus der früheren deutschen Industrialisierung. *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte*. 24, 99-135.
- Leiß, Gabriela (2014): „Ich seh das Ganze als Staffellauf“ Intergenerative Aushandlung im Nachfolgeprozess von Unternehmerfamilien. Heidelberg: Carl Auer.
- Luhmann, Niklas (1984). Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Luhmann, N. (1990). Sozialesystem Familie. In: ders. Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven. Opladen: Westdeutscher Verlag, 196-218.
- Luhmann, Niklas (2006). Organisation und Entscheidung. 2. Auflage. Wiesbaden: VS.
- Mitterauer, Michael (2009). Sozialgeschichte der Familie. Kulturvergleich und Entwicklungsperspektiven. Wien: Braumüller.
- Schlippe, Arist et al. (2018): Die beiden Seiten der Unternehmerfamilie. Familienstrategie über Generationen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Simon, Fritz B. (2012): Einführung in die Theorie des Familienunternehmens. Heidelberg: Carl Auer.
- Stamm, Isabell (2013): Unternehmerfamilie. Über den Einfluss des Unternehmens auf Lebenslauf, Generationenbeziehungen und soziale Identität. Opladen, Berlin & Toronto: Budrich.

Weitere Informationen / other information

Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“

MG-WFB-1802	Konflikte und Konfliktmanagement in Familienunternehmen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Heiko Kleve	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / 3 rd Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Familienunternehmen verbinden auf eigene Weise die Familie, das gemeinsame Eigentum und die unternehmerische Entscheidungsfindung. Durch die Verbindung besteht aber auch eine latente Anfälligkeit für Risiken, Konflikte und Krisen, die bei anderen Unternehmensformen so nicht gegeben sind. Dies betrifft vor allem das Verhältnis zwischen den Familiengeschaftern und der operativen Geschäftsführung. Familiäre Konflikte können sich hier schnell auf das Unternehmen übertragen und die Geschäftsleitung negativ beeinflussen. Umgekehrt kann das Tagesgeschäft die Familie beeinflussen und hier zu langfristigen Verwerfungen führen. In der Veranstaltung „Konflikte und Konfliktmanagement in Familienunternehmen“ wird behandelt, wie diese Konflikte zu analysieren sind und wie mit solchen Problemen umgegangen werden kann.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar „Konflikte und Konfliktmanagement in Familienunternehmen“ (Dozent*innen: Prof. Dr. Heiko Kleve, Prof. Dr. Arist von Schlippe)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminaristischer Unterricht, Präsentationen von Student*innen, Gruppendiskussion		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Formal: Keine modulspezifischen Voraussetzungen		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<p>Konflikte in Familienunternehmen lassen sich aus den spezifischen Randbedingungen heraus erklären, die für diese Unternehmensform kennzeichnend sind. Zugleich folgen sie in ihrer konkreten Ausgestaltung bekannten konfliktpsychologischen Mustern. Die Student*innen lernen im Seminar zentrale Konfliktursachen, -bedingungen, -felder und -dynamiken in Familienunternehmen zu erkennen, zu beschreiben und zu analysieren. Sie setzen sich mit sozialpsychologischen Gesetzmäßigkeiten in Konfliktabläufen auseinander und verstehen, wie diese durch die spezifischen Konstellationen eines Familienunternehmens befördert werden. Gleichzeitig werden Kenntnisse zur Bearbeitung von Konflikten auf der Ebene von Beratung und Prävention vermittelt.</p>	

Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen können das Verhalten von Individuen, Gruppen und Organisationen auf Grundlage qualitativer Indikatoren einordnen und potentielle Konfliktherde erkennen. Damit lernen sie in diesem Modul die Instrumente kennen, um bestehende und potentielle Risiken und Konflikte in einem Familienunternehmen zu identifizieren und zu analysieren. Das versetzt sie in die Lage, Ursachen-Wirkungszusammenhänge zu verstehen und Vorschläge zu deren Bearbeitung zu entwickeln.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Nach dem Abschluss des Moduls sind die Student*innen in der Lage, bestehende Krisen in einem Familienunternehmen zu bewerten und einzuordnen. Das versetzt die Student*innen in die Lage, ein Familienunternehmen in einer Konfliktsituation strukturell neu zu organisieren. Zudem sind sie fähig, Restrukturierungsprozesse anzustoßen und jeweils auf die Besonderheiten von Familienunternehmen zu beziehen.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen erhalten zahlreiche Fähigkeiten zur Analyse von Konflikten in Familienunternehmen und können diese kategorisieren. Damit sind sie in der Lage, neue Vorschläge für die Konfliktprävention zu erarbeiten und diese in das Familienunternehmen einzubringen. Außerdem entwickeln die Student*innen die Fähigkeit, bestehende Konflikte einzuordnen und verschiedene Lösungsmöglichkeiten zu deren Bearbeitung zu bewerten und strukturiert darzustellen. Auf Grundlage dieser Präsentation können dann weitere Schritte zur Konfliktlösung erarbeitet werden.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Hausarbeit (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen der Hausarbeit	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Bercovitch, Jacob. 2011. "Mediation and Conflict Resolution" in <i>The Sage Handbook for Conflict Resolution</i> , S. 340–357. Los Angeles: Sage. Bollen, Katalien, Martin Euwema und Lourdes Munduate (Hg.). <i>Advancing Workplace Mediation Through Interaction of Theory and Practice</i> . Cham: Springer. Doherty, Nora und Marcelas Guylar. 2008. <i>The Essential Guide to Workplace Mediation & Conflict Resolution: Rebuilding Working Relationships</i> . London: Kogan Page. Dragos, Dacian C. und Bogdana Neamtu (Hg.). 2014. <i>Alternative Dispute Resolution in European Administrative Law</i> . Berlin: Springer.	

- Haynes, John Michael, Gretchen L. Haynes und Larry Sun Fong. 2004. *Mediation: Positive Conflict Management*. Albany: State University of New York Press.
- Hayes, Andrew F. 2013. *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression Based Approach*. New York: Guilford Press.
- Inge-Housz, Arnold und Gerald H. Pointon (Hg.). 2011. *ADR in Business: Practice and Issues across Countries and Cultures*. Alphen aan den Rijn: Kluwer Law.
- Kolodej, Christa. 2016. *Strukturaufstellung für Konflikte, Mobbing und Mediation: Vom sichtbaren Unsichtbaren*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Maravelas, Anna. 2005. *How to Reduce Workplace Conflict and Stress: How Leaders and Their Employees Can Protect their Sanity and Productivity from Tension and Turf Wars*. Franklin Lakes, NJ: Career Press.
- Moore, Christoph W. 2014. *The Mediation Process: Practical Strategies for Resolving Conflict*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Omer, Halm; Nahl Alon & Arist v. Schlippe. 2007. *Feindbilder: Psychologie der Dämonisierung*. Göttingen: Vandenhoeck & Rupprecht.
- Rüsen, Tom A. 2008. *Krisen und Krisenmanagement in Familienunternehmen: Schwachstellen erkennen, Lösungen erarbeiten, Existenzbedrohung meistern*. Wiesbaden: Gabler.
- Rüsen, Tom A.; Arist v. Schlippe und Alberto Gimeno. 2012. „Strukturelles Risiko und Mentale Modelle in Familie und Unternehmen von Familienunternehmen“. *Familienunternehmen und Stiftungen* 03/2012: 92–98.
- Schlippe, Arist v. 2009. „Zwischen Ökonomie und Psychologie: Konflikte in Familienunternehmen“. *Zeitschrift für Konfliktmanagement*: 18–21.
- Schlippe, Arist v. 2015: „Das kommt in den besten Familien vor. Systemische Konfliktbearbeitung in Familien und Familienunternehmen. Stuttgart: Concadora.
- Schlippe, Arist v. und Franz Kellermanns. 2009. „Emotionale Konflikte in Familienunternehmen“. In: *Familienunternehmen: Exploration einer Unternehmensform*. Herausgegeben von Rüsen, Tom A.; Arist v. Schlippe und Torsten Groth, S. 183–202. Lohmar: Eul.
- Tenczek, Thomas; Detlev Berning; Cristina Lenz und Hans-Dieter Will (Hg.). 2018. *Mediation und Konfliktmanagement: Handbuch*. Wiesbaden: Nomos.

Weitere Informationen / other information

Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“

MG-WFB-1803	Krisenmanagement, Restrukturierung und Sanierung
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Tom A. Rösen
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/contact hours: 30 h Selbststudium/self study: 120h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / <i>3rd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
In der Veranstaltung werden die wesentlichen Schritte zur Restrukturierung und Sanierung von Familienunternehmen vorgestellt und an einem Fallbeispiel unter „krisenhaften“ in Kleingruppen erprobt.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Die Lehrveranstaltung ist als 2-tägiges Blockseminar ausgelegt, welches inhaltlich von Prof. Dr. Tom A. Rösen sowie je nach Verfügbarkeit von unterschiedlichen Praxispartnern aus dem Bankensektor und der Beratungsbranche und/oder einem Familienunternehmer als Fallträger begleitet wird. Darüber hinaus findet in Vorbereitung auf das Seminar ein obligatorischer Vorbesprechungstermin statt, in dem neben sämtlichen organisatorischen Belangen auch bereits erste inhaltliche Hinweise zur Erstellung eines Sanierungskonzeptes besprochen werden.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminar, Fallstudienübung	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
BWL-Kenntnisse notwendig! Insbesondere: Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, der Bilanzierung, internes und externes Rechnungswesen, der Strategieentwicklung, Operations Management	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nachdem die Student*innen die Veranstaltung besucht haben, können sie <ul style="list-style-type: none"> • theoretische Erklärungsansätze zu Krisen und Konflikten in Familienunternehmen benennen • die wesentlichen Insolvenzursachen sowie Ansätze zu deren Vermeidung beschreiben • die Kernelemente eines Sanierungskonzeptes wiedergeben • aus verschiedenen Maßnahmen des Financial & Operational Reengineering auswählen
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Nachdem die Student*innen die Veranstaltung besucht haben, können sie eigenständig ein Sanierungskonzept erarbeiten und präsentieren.

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen haben im Anschluss an die Veranstaltung gelernt, sich selbstständig ein Fallbeispiel zu erschließen, Informationen zu bewerten und praktische Schlussfolgerungen in Form von Sanierungsmaßnahmen zu treffen. Darüber hinaus sind die Student*innen für Fehlentwicklungen eines Unternehmens sensibilisiert und können frühzeitig Krisendynamiken in Unternehmen und Familie eines Familienunternehmens diagnostizieren.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Im Anschluss an die Veranstaltung verfügen die Student*innen über die Kompetenz zur Übernahme von herausgehobener Verantwortung innerhalb ihrer Gruppe. Zudem wird der fachbezogene Austausch unter den Student*innen gefördert.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Mündliche Prüfung pro Person 30 Min. (Referat; Erstellung eines Konzeptes zur Fallstudie)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Teilnahme am obligatorischen Vorbesprechungstermin und Blockseminar; Bearbeitung der Fallstudie und anschließende Präsentation im Plenum	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Altman, E./Hotchkiss, E.: Corporate Financial Distress and Bankruptcy, 3. Ed., Hoboken 2006. Rüsen, T.: Krisen und Krisenmanagement in Familienunternehmen – Schwachstellen erkennen, Lösungen erarbeiten, Existenzbedrohungen meistern, Wiesbaden 2008. Crone, A./Werner, H.: Handbuch modernes Sanierungsmanagement, München 2007.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“	

MG-WFB-1804	Rechtliche Grundlagen der Nachfolge in Familienunternehmen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Christoph Schreiber	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Generationsübergreifende Beteiligungen an Unternehmen erfordern eine Auseinandersetzung mit der Nachfolgefrage. Eine möglichst reibungslose und wirtschaftlich sinnvolle Gestaltung der Nachfolge setzt zwingend Kenntnisse der juristischen Rahmenbedingungen voraus. Diese werden im Rahmen der Vorlesung Erbrecht und Unternehmensnachfolge im Überblick vermittelt. Neben den erbrechtlichen Grundlagen liegt ein Schwerpunkt auf den Besonderheiten, welche die Nachfolge in (Familien-) Unternehmen mit sich bringt. Auch die Querbezüge zum Erbschaftsteuerrecht sind Gegenstand der Veranstaltung.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Vorlesung Erbrecht und Unternehmensnachfolge		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
<p>In der interaktiven Vorlesung werden die Grundlagen des Erbrechts und der Besonderheiten der Nachfolge in (Familien-) Unternehmen unter ständiger Einbeziehung der Student*innen vermittelt. Besonderer Wert wird auf den Bezug zur Praxis und zur aktuellen Gesetzgebung (insbesondere zur Erbschaftsteuer) gelegt. Fallbeispiele dienen zur Veranschaulichung der Problematik.</p>		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Erfolgreiche Teilnahme am Pflichtmodul „Grundlagen des Wirtschaftsrechts“		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen erhalten Einblicke in die zivil- und steuerrechtlichen Aspekte der Nachfolge. Neben den Grundprinzipien lernen sie spezifische Fragen kennen, welche durch die Unternehmensnachfolge ausgelöst werden können.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Das juristische Problembewusstsein wird verbessert. Die Student*innen werden in die Lösung praktischer Fälle einbezogen, wodurch sie die Fähigkeit erwerben, abstraktes Wissen in die Praxis umzusetzen.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Gestärkt werden die Fähigkeit zum logischen Denken, die Beurteilungsfähigkeit und die Vornahme von Abwägungsprozessen, um juristisch komplexe Sachverhalte einordnen zu können.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen werden mit der speziellen Terminologie des Erbrechts vertraut gemacht. Rhetorische Verbesserungen erfolgen im Rahmen der Vorlesung durch Einbeziehung in die Lösung praktischer Fälle.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
schriftliche Prüfung (60 min)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bestehen der schriftlichen Prüfung	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Brox/Walker, Erbrecht, 27. Aufl. 2016 Schmoeckel, Erbrecht, 4. Aufl. 2018 Zur Vertiefung: Crezelius, Unternehmenserbrecht, 2. Aufl. 2009 Viskorf, Familienunternehmen in der Nachfolgeplanung, 2018 (im Erscheinen)	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Für die Lehrveranstaltung wird eine Textausgabe des BGB benötigt. Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“	

MG-WFB-1805	Strategien von Familienunternehmen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 40 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 110 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / <i>4th semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Strategieentwicklung und Strategiefindung sind wesentliche Voraussetzungen für den Erfolg eines (Familien)Unternehmens, bei dem es darum geht, mit Unvorhersagbarkeit flexibel umzugehen und gleichzeitig das Unternehmen effizient auf die Zukunft auszurichten. Besonders in Familienunternehmen findet man eine große Bandbreite unterschiedlicher Formen der Strategieentwicklung und Strategiefindung. Strategien können hier explizit formuliert und ausgearbeitet sein oder aber implizit und unausgesprochen in der Intuition des Familienunternehmers bzw. der Unternehmerfamilie verwurzelt sein. In diesem Kurs werden Studenten gefordert, die Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie in den vorangegangenen Kursen im Bereich Strategie erworben haben, im Kontext Familienunternehmen anzuwenden und zu integrieren. Konkreter gesagt, werden Studenten ein Familienunternehmen bei spezifischen Problemen und konkreten Fragen im Zusammenhang mit Strategieentwicklung und Strategiefindung unterstützen. Studenten übernehmen dabei die Rolle eines Beraterteams und werden (1) die spezifischen Probleme und Fragen, die das Familienunternehmen (ihr Kunde) mit ihnen geteilt hat, identifizieren, erforschen und (neu) formulieren; (2) die spezifischen Probleme auf der Grundlage von Literaturstudien und Feldarbeit analysieren und (3) die Fragen beantworten, die mit diesem Input gestellt werden. Studenten präsentieren ihre Aufgabenstellung, Analyse und Lösungen in einem Bericht für ihren Kunden. Neben dem Bericht können auch andere Leistungen mit dem Auftraggeber vereinbart werden. Als letzter Schritt präsentieren sie die Ergebnisse ihrer Arbeit ihrem Auftraggeber.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar zu „Strategien von Familienunternehmen“		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminaristischer Unterricht mit Fallbesprechungen und Gruppenarbeit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen vertiefen verschiedene Ansätze der Strategieentwicklung und können diese im Kontext von Familienunternehmen einordnen und verstehen. Sie entwickeln zugleich ein tiefergehendes Verständnis der verschiedenen Ansätze und Instrumente zur Unterstützung der Strategieentwicklung und Strategiefindung.	

Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Studenten können strategiebezogene Probleme definieren, interpretieren und analysieren und zu einer Lösung beitragen. Studenten erarbeiten sich einen orientierenden Rahmen, innerhalb dessen sie angemessene Instrumente zur Strategieentwicklung flexibel einsetzen können. Die Studenten erarbeiten in Gruppen eigene Vorschläge zur Strategieentwicklung eines Familienunternehmens, die sie im Seminar präsentieren.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Studenten können eine stichhaltige Argumentation für die getroffenen Entscheidungen aufbauen. Studenten sind in der Lage auf Basis ihrer Analyse Interventionen aufzuzeigen und zu verdeutlichen.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Student*innen können Theorien zu Strategien analysieren und differenzieren. Studenten sind außerdem in der Lage hypothesengeleitete Analysen zu kritisieren und eigene Annahmen zu hinterfragen. Darüber hinaus sind Studenten in der Lage Lösungsansätze unter Berücksichtigung familienunternehmerischer Faktoren zu synthetisieren und diese sowohl zu implementieren als auch zu rechtfertigen. Studenten können zudem von der Gültigkeit ihrer vorgelegten Definition, Interpretation und Analyse der Probleme sowie der Lösungsvorschläge überzeugen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Hausarbeit (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bestehen der Hausarbeit	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Ahlstrand, B., Lampel, J., & Mintzberg, H. (2001). Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds of Strategic Management. Simon and Schuster. Audretsch, D. B., Hülsbeck, M., & Lehmann, E. E. (2013). Families as active monitors of firm performance. Journal of Family Business Strategy, 4(2), 118–130. Baus, K. (2003). Die Familienstrategie. Wiesbaden Carlock, R., Ward, J. (2001). Strategic Planning for the Family Business: Parallel Planning to Unify the Family and Business. Springer Comi, A., & Eppler, M. J. (2014). Diagnosing capabilities in family firms: An overview of visual research methods and suggestions for future applications. Journal of Family Business Strategy, 5(1), 41–51. Sirmon, D. G., & Hitt, M. A. (2003). Managing Resources: Linking Unique Resources, Management, and Wealth Creation in Family Firms. Entrepreneurship: Theory and Practice, 339–359.	

Weitere Informationen / <i>other information</i>

Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“

MG-WFB-1806	Aktuelle Fragen zu Family Business Management	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Marcel Hülsbeck	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h 120 h	Selbststudium (tw. betreut)/ <i>self study</i> :
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Das Modul „Aktuelle Fragen: Family Business Management“ wird einmal jährlich in der Fakultät ausgeschrieben. Student*innen können Vorschläge für Themen einreichen und in einem von der/den Modulverantwortlichen organisierten Verfahren mitentscheiden, welche aktuelle Frage im Modul erörtert werden soll.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar (Gastdozent*innen); Workshop		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vortrag, Präsentation, Diskurs Gruppenarbeit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben die Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt des Familienunternehmertums erweitert und vertieft.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen üben sich darin, Informationen aus verschiedenen Quellen zu recherchieren, aufzubereiten und zu verarbeiten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen gestalten das Curriculum der Fakultät sowie eigene Lernprozesse zu Aspekten des Unternehmertums mit.	
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.	

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Die Prüfungsleistung wird in Form einer schriftlichen Leistung (Klausur 60 Min. oder Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie ausgewählte Aspekte der Forschung zu Familienunternehmertum präsentieren, diskutieren und einordnen können.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Erfolgreiche schriftliche Prüfungsleistung.
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English Je nach Thema können Teile durch Lehrbeauftragte auch englischsprachig angeboten werden.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Keine
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Literatur zum gewählten Thema wird zu Beginn der Veranstaltung auf Moodle bereitgestellt.
Weitere Informationen / <i>other information</i>
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“

MG-WFB-1807	Independent Project – Independent Study „Family Business Management“	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 15 h	Selbststudium (betreut)/ <i>self study</i> : 135 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Independent Projects und Independent Studies ermöglichen Student*innen, selbstgewählte Fragestellung zu bearbeiten und ihr Studium über die Wahlmöglichkeiten des Curriculums hinaus zu individualisieren. In diesem Modul können entweder Studienarbeiten zu Themen aus dem Bereich Family Business Management verfasst oder Praxisprojekte zu Aspekten des Family Business Managements durchgeführt und reflektiert werden.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Kolloquium IPS „Family Business Management“ Projektarbeit		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Kolloquium, Mentoring		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt aus dem Feld „Family Business Management“ erweitert und vertieft.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen können Informationen aus verschiedenen Quellen recherchieren, aufbereiten und verarbeiten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen demonstrieren durch die Wahl eines Independent Projects bzw. einer Independent Study eigene Interessen und den Wunsch, ihr Studium zu einer Fragestellung aus dem Bereich „Family Business Management“ auf eigenen Wegen zu erkunden. Sie können weiterführende Lernprozesse zum Thema „Family Business Management“ selbständig gestalten.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu ihrer selbstgewählten Thematik zum Thema „Family Business Management“ formulieren und argumentativ verteidigen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung für Independent Projects besteht aus der erfolgreichen Umsetzung des selbst gewählten Projektes und einer Reflexionsarbeit. Die Prüfungsleistung für Independent Studies wird durch eine schriftliche Ausarbeitung mit einem Umfang von i.d.R. 25 Seiten zur selbst gewählten Thematik erbracht.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Antrag an die Modulverantwortliche, Erstberatung zur Abgrenzung der Themenstellung und Vereinbarung von Bewertungskriterien (bei Independent Projects). Regelmäßige Teilnahme an Kolloquien, Abschlussreflexion.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Werden von den Student*innen schon für die Antragstellung eigenständig recherchiert.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Family Business Management“ <u>Wichtiger Hinweis:</u> Prüfungsleistungen für dieses Modul können nur nach erfolgreicher Antragstellung an die/den Prodekan*in für Lehre erbracht werden. Der Antrag muss einen Zeit- und Projektplan, eine Vereinbarung von Bewertungskriterien sowie eine Betätigung der Betreuer*innen enthalten. Die Antragsstellung muss vor Beginn der Studienarbeit/des Praxisprojektes erfolgen. Der Antrag muss im Prüfungssekretariat eingereicht und von der/dem Vorsitzende/n des Prüfungsausschusses genehmigt werden.	

Modulgruppe und Vertiefung „Entrepreneurship“
(Wahl) /
Module Group and Major “Entrepreneurship” (Elective)

MG-WEP-1801	Gründerwerkstatt: Startup the future
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko
ECTS/credits, Workload:	5-10 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30/ 60 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120-240 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / <i>3rd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
Digitalisierung, demographischer Wandel und Nachhaltigkeit sind nur drei der vielen "Megatrends", die unsere Gesellschaft nachhaltig verändern werden. Jede Veränderung bietet dabei Potenzial für neuartige Geschäftsideen. Startup the future ist die Gründerwerkstatt-reloaded. Student*innen entwickeln in einem strukturierten Prozess die Geschäftsideen der Zukunft: Von der Ideenfindung, über Markterkundung, Finanzierung und rechtliche Rahmenbedingungen bis zum Pitch vor einem Expertengremium.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Seminar mit Gästen aus der Praxis und Gründungsvorhaben (eigenständig, betreut)	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Vortrag, Gruppenarbeit, Diskurs	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul kennen die Student*innen verschiedene Arten von Geschäftsmodellen. • Sie kennen Methoden und Instrumente zur Entwicklung von Geschäftsideen (z.B. Business Model Canvas) und können diese zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen einsetzen. • Die Student*innen kennen Phasenmodelle und Finanzierungsmöglichkeiten für Gründungen, sie können geeignete Finanzierungsmodelle auswählen und vergleichen. • Sie kennen Rechtsformen für Unternehmensgründungen und können deren Vor- und Nachteile bewerten.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen generieren Daten durch eigene Erhebungen, sie evaluieren die Ergebnisse und bereiten sie für die Nutzung im Rahmen eines Businessplans auf.

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Durch Teilnahme an dem Modul trainieren die Student*innen den Einsatz verschiedener Tools (z.B. Excel, Powerpoint, SurveyMonkey) am Beispiel ihrer eigenen Gründungsidee.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • In Zusammenarbeit mit Mentoren aus der Praxis entwickeln die Student*innen ihre konzeptionellen und kommunikativen Fähigkeiten weiter. • Nach Abschluss des Moduls sind sie in der Lage, eigene Ideen strukturiert weiterzuentwickeln und dabei Feedback und Kritik als Ressourcen zu nutzen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Abschlusspräsentation vor einer Jury (5CP) bzw. und Abschlusspräsentation vor einer Jury und ausgearbeiteter Businessplan (10 CP)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Beteiligung am Diskurs, Zwischenpräsentationen, Probepitch	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Angebot auch im Studium fundamentale	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird auf Moodle bereitgestellt. Buchempfehlung: Fuglistaller, U. et. al., Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Wiesbaden 2015. Kollmann, T., E-Entrepreneurship – Grundlagen der Unternehmensgründung in der Digitalen Wirtschaft. Wiesbaden 2018.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“	

MG-WEP-1802	Innovationsmanagement	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / <i>3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
In einem dynamischen Wettbewerbsumfeld wird Innovationsfähigkeit zur Kernkompetenz von Unternehmen. Das Modul führt in Theorien und Praxis des Innovationsmanagements ein und zeigt auf, wie Managementfunktionen von Strategie, Planung, Organisation, Führung bis zur Evaluation und zum Controlling explizit im Hinblick auf die Förderung von Innovation gestaltet werden können.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar Innovationsmanagement und Fallstudie zum Innovationsmanagement (betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul können die Student*innen Grundsatzentscheidungen des Innovationsmanagements beschreiben und anhand von Beispielen ausführen. • Sie können wesentliche Innovationsstrategien erklären und vergleichen. • Sie sind in der Lage, verschiedene Möglichkeiten zum Schutz von Innovation zu erklären und Kriterien zur Auswahl geeigneter Schutzstrategien anzuwenden. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul können die Student*innen eigene Vorschläge zur Gestaltung von Innovationsstrategien und -prozessen entwickeln und präsentieren. 	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen verstehen die Rolle von Innovation für Wachstum und Entwicklung von Unternehmen. 	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> Nach Teilnahme an dem Modul können die Student*innen verschiedene Strategien des Innovationsmanagements differenziert diskutieren und vergleichen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Schriftliche Prüfungsleistung (Hausarbeit, ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Bestandene Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur zu Fallstudien wird auf Moodle bereitgestellt. Buchempfehlung: Hauschildt, J. et al., Innovationsmanagement, München 2016.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“	

MG-WEP-1803	Sozialunternehmertum	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / <i>4th semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
Das Phänomen des Sozialunternehmertums beschreibt die Anwendung unternehmerischer Fähigkeiten und Logiken auf gesellschaftliche Probleme mit dem Ziel, diese auf innovative Art und Weise zu lösen. Im Seminar wird der Frage nachgegangen, wie sich sozialunternehmerische Aktivitäten auf Bildung, Gesundheit, Inklusion, Integration, Umweltschutz und Entwicklungszusammenarbeit auswirken.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar Sozialunternehmertum (Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko) Fallstudie zum Sozialunternehmertum (selbstorganisierte Arbeit in Gruppen, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul sind die Student*innen in der Lage, das Phänomen des Sozialunternehmertums zu definieren und verschiedene Wirkungsbereiche zu unterscheiden. • Sie kennen ausgewählte Geschäftsmodelle von Sozialunternehmen, können Formen und Besonderheiten der Finanzierung benennen und mit Beispielen erklären. • Sie unterscheiden Skalierungsarten von Sozialunternehmen und können Konzepte der Erfolgs- und Wirkungsmessung vergleichen. • Sie kennen Beispiele sozialunternehmerischer Aktivitäten aus den Bereichen Bildung, Gesundheit, Umweltschutz und wirtschaftliche Entwicklung. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen üben selbständig zu recherchieren, Informationen aus verschiedenen Quellen zu verarbeiten und diese in unterschiedlichen Formaten aufzubereiten (z.B. Präsentation, Wiki- oder Blogbeitrag, Poster, Essays). 	

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Student*innen entdecken verschiedene Ausprägungen des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen und können weiterführende Lernprozesse zur Thematik des Sozialunternehmertums selbständig gestalten.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Student*innen können eine differenzierte Haltung zu unterschiedlichen sozialunternehmerischen Aktivitäten einnehmen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung wird in Form von Präsentationen zu ausgewählten Themen und schriftlicher Leistungen (Hausarbeit oder drei Essays, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie grundlegende Aspekte des Sozialunternehmertums beschreiben, einordnen und reflektieren können.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiche mündliche und schriftliche Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Bachelorstudiengang „Management“ (B.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Volksmann, Ch./Tokarski, K./Ernst, K. (Eds.): Social Entrepreneurship and Social Business. Springer Gabler, Wiesbaden 2012. Ein Reader zu den Einzelthemen wird jeweils zu Semesterbeginn auf Moodle bereitgestellt.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“	

MG-WEP-1804	Strategisches Marketing	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Michael Steiner	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / 3 rd Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Im Marketing geht es primär um das Schaffen langfristiger Wettbewerbsvorteile. Im ersten Teil der Veranstaltung wird deshalb zunächst darauf eingegangen, welche Anforderungen ein Wettbewerbsvorteil erfüllen muss und wie ihn Unternehmen generieren können. Im Folgenden werden Konzepte vorgestellt, die es Unternehmen ermöglichen, ihren Markt und die relevanten Zielgruppen besser zu verstehen und Prognosen über eine künftige Marktentwicklung zu treffen. Auf Basis dieser Analysen können Unternehmen eine langfristige Marketing-Strategie entwickeln. Im Rahmen dieser Veranstaltung wird insbesondere auf generische Marketing-Strategien wie die Qualitäts- und Preisführerschaft, aber auch Strategien wie die Zeitführerschaftsstrategie eingegangen.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Strategisches Marketing (Prof. Dr. Michael Steiner)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vorlesung & Übung		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Elemente zu definieren, die notwendig sind, um einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen • Informationen und Datenquellen zu identifizieren, die notwendig sind, um einen relevanten Markt zu identifizieren • Tools kennen, die bei der Strategieentwicklung genutzt werden können • Marktbedingungen identifizieren und beschreiben • Generische Marketingstrategien kennen und beschreiben können, welche Aspekte bei der Strategieimplementierung zu beachten sind 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Konzepte und Methoden der Strategieentwicklung und deren Umsetzung zu benennen und zu beschreiben • Marktinformationen zu bewerten • auf Basis von Marktdaten Hypothesen über das künftige Verhalten von Konsumenten und Wettbewerb zu formulieren (z.B. den Stellenwert von Produktmerkmalen wie Preis und Qualität in einem Marktsegment) 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Informationen zu selektieren und zu nutzen um Strategievorschläge zu erarbeiten bzw. bestehende Strategien zu bewerten
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Student*innen können potenzielle Märkte identifizieren, beschreiben und eigene Strategievorschläge entwickeln • Vor- und Nachteile verschiedener Optionen zur Implementierung von Strategien zu diskutieren und bewerten sowie die Konsequenzen dieser Maßnahmen auf den Unternehmenserfolg verdeutlichen
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • komplexe Marketingprobleme in ihre relevanten Teilaspekte zerlegen • Ergebnisse relevanten Zielgruppen zu präsentieren und diese zu diskutieren bzw. Strategieempfehlungen kritisch hinterfragen
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Klausur (60 min.)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiches Bestehen der Klausur	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
<p>Aaker, D.A.; McLoughlin, D. (2010) Strategic Market Management – Global Perspective, West Sussex.</p> <p>Kotler, P.; Keller, K.L. (2009): Marketing Management, 13th edition, New Jersey.</p> <p>Backhaus, K.; Schneider, H. (2009) Strategisches Marketing, 2. Auflage, Stuttgart.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C., Kirchgeorg, M. (2014) Marketing, 12. Auflage, Wiesbaden.</p>	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“	

MG-WEP-1805	Aktuelle Fragen zu Entrepreneurship	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium (tw. betreut)/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Das Modul „Aktuelle Fragen: Entrepreneurship“ wird einmal jährlich in der Fakultät ausgeschrieben. Student*innen können Vorschläge für Themen einreichen und in einem organisierten Verfahren der/des modulverantwortlichen Professor*innen mitentscheiden, welche aktuelle Frage im Modul erörtert werden soll.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar (Gastdozent*innen); Workshop		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vortrag, Präsentation, Diskurs Gruppenarbeit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben die Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt des Unternehmertums erweitert und vertieft.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Compe- tences</i>	Die Student*innen üben sich darin, Informationen aus verschiedenen Quellen zu recherchieren, aufzubereiten und zu verarbeiten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen gestalten das Curriculum der Fakultät sowie eigene Lernprozesse zu Aspekten des Unternehmertums mit.	
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.	

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Die Prüfungsleistung wird in Form einer schriftlichen Leistung (Klausur 60 Min. oder Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie ausgewählte Aspekte der Forschung zu Entrepreneurship präsentieren, diskutieren und einordnen können.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Regelmäßige Beteiligung am Diskurs in Workshop und Seminar, erfolgreiche schriftliche Prüfungsleistung.
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Keine
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Literatur zum gewählten Thema wird zu Beginn der Veranstaltung auf Moodle bereitgestellt.
Weitere Informationen / <i>other information</i>
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“

MG-WEP-1806	Independent Project – Independent Study „Entrepreneurship“	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 15 h	Selbststudium(betreut)/ <i>self study</i> : 135 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Independent Projects und Independent Studies ermöglichen Student*innen, selbstgewählte Fragestellung zu bearbeiten und ihr Studium über die Wahlmöglichkeiten des Curriculums hinaus zu individualisieren. In diesem Modul können entweder Studienarbeiten zu Themen aus dem Bereich Entrepreneurship verfasst oder Praxisprojekte zu Aspekten des Entrepreneurships durchgeführt und reflektiert werden.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Kolloquium IPS „Entrepreneurship“; Projektarbeit		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Kolloquium, Mentoring		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt aus dem Feld „Entrepreneurship“ erweitert und vertieft.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen können Informationen aus verschiedenen Quellen recherchieren, aufbereiten und verarbeiten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen demonstrieren durch die Wahl eines Independent Projects bzw. einer Independent Study eigene Interessen und den Wunsch, ihr Studium zu einer Fragestellung aus dem Bereich „Entrepreneurship“ auf eigenen Wegen zu erkunden. Sie können weiterführende Lernprozesse zum Thema „Entrepreneurship“ selbstständig gestalten.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu ihrer selbstgewählten Thematik zum Thema „Entrepreneurship“ formulieren und argumentativ verteidigen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung für Independent Projects besteht aus der erfolgreichen Umsetzung des selbst gewählten Projektes und einer Reflexionsarbeit. Die Prüfungsleistung für Independent Studies wird durch eine schriftliche Ausarbeitung mit einem Umfang von i.d.R. 25 Seiten zur selbst gewählten Thematik erbracht.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Antrag an die Modulverantwortliche, Erstberatung zur Abgrenzung der Themenstellung und Vereinbarung von Bewertungskriterien (bei Independent Projects). Regelmäßige Teilnahme an Kolloquien, Abschlussreflexion.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Werden von den Student*innen schon für die Antragstellung eigenständig recherchiert.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“ <u>Wichtiger Hinweis:</u> Prüfungsleistungen für dieses Modul können nur nach erfolgreicher Antragstellung an die/den Prodekan*in für Lehre erbracht werden. Der Antrag muss einen Zeit- und Projektplan, eine Vereinbarung von Bewertungskriterien sowie eine Betätigung der Betreuer*innen enthalten. Die Antragsstellung muss vor Beginn der Studienarbeit/des Praxisprojektes erfolgen. Der Antrag muss im Prüfungssekretariat eingereicht und von der/dem Vorsitzende/n des Prüfungsausschusses genehmigt werden.	

MG-WEP-1807	Non-Profit Management	
Modulbeauftragte <i>Module Supervisor:</i>	Univ.-Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>in Semester:</i>	ab 3. Semester / from 3rd Semester	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Organisationen des Non-Profit Sektors wie gemeinnützige Unternehmen, Stiftungen oder Verbände leisten in vielen Bereichen der Gesellschaft wichtige Beiträge. Das Tätigkeitsspektrum reicht dabei vom Gesundheits- und Sozialwesen über Bildung und Forschung, Kunst und Kultur bis zu Interessenvertretung und Katastrophenschutz. Damit Non-Profit Organisationen langfristig erfolgreich im Markt bestehen können, bedarf es einer fortlaufenden Professionalisierung des Managements der Organisationen mit kontinuierlicher Weiterentwicklung und Digitalisierung der eingesetzten Managementinstrumente.</p> <p>Das Modul bietet einen einführenden Überblick über die gesellschaftliche Relevanz und die theoretischen Ansätze und Konzepte des Non-Profit-Managements. Darüber hinaus werden mittels Fallstudien die Besonderheiten des Managements von Non-Profit Organisationen praxisnah erarbeitet und diskutiert.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar "Non-Profit Management" (3 ECTS, Kontaktzeit 20h, Selbststudium 70h), Dozentin: Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko		
Fallstudie "Non-Profit Management" (2 ECTS, Kontaktzeit 10h, Selbststudium 50h), Dozentin: Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Peer Teaching, Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung <i>/ Extending and Consolidating Knowledge</i>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - theoretische Ansätze und Konzepte des Non-Profit Managements zu erklären und kritisch zu diskutieren, - den Einsatz von betriebswirtschaftlichen Instrumenten in Non-Profit-Organisationen und damit verbundene Besonderheiten des Managements nachzuvollziehen, 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Themenfelder und Anwendungsgebiete von Non-Profit Organisationen anhand von Beispielen zu präsentieren und zu diskutieren sowie - in aktuellen Debatten zu Entwicklungstrends und Reformbewegungen des Non-Profit Managements aktiv Stellung zu beziehen.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden recherchieren selbständig, verarbeiten Informationen aus verschiedenen Quellen und bereiten diese in unterschiedlichen Formaten auf. Auf diese Weise erweitern die Studierenden auch ihre Kenntnisse im Arbeiten mit wissenschaftlichen Texten.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Durch die Auseinandersetzung mit den Besonderheiten des Sektors sowie den Möglichkeiten und Grenzen der Übertragung und Anwendung von betriebswirtschaftlichen Instrumenten stärken die Studierende ihre Wahrnehmung für das Management von Non-Profit Unternehmen. - Weiter erkennen die Studierenden die Relevanz von Organisationen des sog. Dritten Sektors. Bei künftige Forschungsfragen zu diesem Thema können sie theoretische Ansätze und Konzepte zum Non-Profit-Sektor eigenständig anwenden.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden sind in der Lage, sich aktiv in den Diskurs zu Aktivitäten und Trends von Non-Profit-Organisationen einzubringen. - In Tandem- und Gruppenarbeit trainieren sie Selbstorganisation und Teamkompetenz.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung wird in Form von Präsentationen zu ausgewählten Themen/Fallstudien sowie einer schriftlichen Leistung (Hausarbeit) erbracht. Dabei zeigen die Studierenden, dass sie grundlegende Aspekte des Non-Profit Managements beschreiben sowie in der Betriebswirtschaftslehre und Forschung zu Non-Profit-Organisationen kritisch einordnen können.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Regelmäßige Beteiligung am Diskurs, Erarbeitung eines Fallbeispiels mit Präsentation, mündliche und schriftliche Prüfungsleistung erfolgreich abgelegt.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Modul im Wahlbereich MAGMA (M.A.), im Wahlbereich Man (B.Sc.) und im Studium fundamentale <i>prospektiv im re-akkreditierten Man (B.Sc.) in der Vertiefung „Nachhaltiges Wirtschaften“</i>	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Helmig, B./ Boenigk, S.: Nonprofit Management, Franz Vahlen, München; 2020.	

Simsa, R. (Hrsg.): Handbuch der Nonprofit-Organisation: Strukturen und Management, Schäffer-Poeschel; 2013 (ausgewählte Beiträge).

- Ein Reader mit Beiträgen zu den einzelnen Themen und Fallstudien wird jeweils zu Semesterbeginn auf Moodle bereitgestellt.

Weitere Informationen / *other information*

Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Entrepreneurship“

Modulgruppe und Vertiefung
„Health Care Management” (Wahl) /
Module Group and Major
“Health Care Management” (Elective)

MG-WHC-1801	Gesundheitspolitik und -systeme	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/contact hours: 30 h	Selbststudium/self study: 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	3. Semester / <i>3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
Im Rahmen des Moduls werden Gestaltungsprinzipien sozialer Sicherung, grundlegende Modelle zur Ausgestaltung von Gesundheitssystemen sowie die konkrete rechtliche und politische Struktur des deutschen Gesundheitssystems erarbeitet. Aktuelle Problemfelder der Gesundheitspolitik werden im internationalen Vergleich erschlossen.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar „Gesundheitspolitik und -systeme“ Fallstudien „Gesundheitspolitik und -systeme“ (selbstorganisierte Arbeit, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Abschluss des Moduls kennen die Student*innen den Aufbau und die maßgeblichen Funktionen des sozialen Sicherungssystems in Deutschland. Sie können sich in zentralen Rechtsquellen orientieren und sind in der Lage, Vorschläge zur Ausgestaltung des Sozialsystems zu diskutieren. Bei der Analyse gesundheitspolitischer Verhandlungs- und Entscheidungsprozesse können sie divergierende Interessenlagen und Zielsetzungen berücksichtigen. • Die Student*innen kennen Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener Gesundheitssysteme. Sie können nationale und internationale Gesundheitsziele, Strukturen und Institutionen benennen, einordnen und vergleichen. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen können Gesundheitsversorgungssysteme in ihrem rechtlichen und politischen Kontext differenziert bewerten und vergleichen. 	

Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen wenden gesundheitspolitische Kenntnisse an, um aktuelle Probleme im deutschen und in internationalen Gesundheitssystemen zu verdeutlichen. Sie können Lösungsvorschläge aufzeigen und differenziert bewerten. • Nach der Teilnahme an dem Modul können die Student*innen weiterführende Lernprozesse zu politischen und rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten im Gesundheitswesen selbständig gestalten.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen sind in der Lage, wesentliche Zusammenhänge der Gestaltung von Gesundheitssicherungssystemen vorzustellen und mit Beispielen zu erklären. • Sie können aktuelle Probleme unter Berücksichtigung unterschiedlicher Interessen der Beteiligten analysieren.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung wird durch eine schriftliche Leistung (Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen und Implikationen von Gesundheitssystemen differenziert darstellen und bewerten können.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiche schriftliche Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird auf Moodle zur Verfügung gestellt. Buchempfehlung: Busse, R. et al., Management im Gesundheitswesen, Heidelberg 2017	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“	

MG-WHC-1802	Akteure und Konzepte im Gesundheitswesen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Die Gesundheitswirtschaft ist zu einer der bedeutendsten Branchen Deutschlands herangewachsen: Rund zwölf Prozent des Bruttoinlandsproduktes werden für Güter und Dienstleistungen zur Bewahrung und Wiederherstellung der Gesundheit ausgegeben, jeder zehnte Arbeitsplatz ist in der Gesundheitswirtschaft angesiedelt.</p> <p>Im Rahmen des Seminars werden gesundheitsökonomische Grundbegriffe vermittelt und Managementaspekte verschiedener Akteure des Gesundheitswesens in ihrem institutionellen Umfeld untersucht. Die Fragestellungen im Einzelnen werden bei einer Einführung mit den Teilnehmer*innen gemeinsam verabschiedet.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminare „Akteure und Konzepte im Gesundheitswesen“ (Prof. Dr. Bohnet-Joschko) Fallstudien „Aktuelle Entwicklungen“ (selbstorganisierte Arbeit, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul können die Student*innen zentrale Akteure / Institutionen des Gesundheitswesens mit ihren Aufgaben beschreiben und kritisch diskutieren. • Sie können ausgewählte Versorgungskonzepte (z.B. Integrierte Versorgung) präsentieren, Anreizstrukturen analysieren und vergleichen. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen recherchieren selbständig, sie nutzen Informationen aus verschiedenen Quellen und bereiten diese in unterschiedlichen Formaten auf. 	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach der Teilnahme an dem Modul können die Student*innen weiterführende Lernprozesse zu ökonomischen Anreizstrukturen im Gesundheitswesen selbständig gestalten. 	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Student*innen können Gesundheitsversorgungskonzepte in Beziehung setzen, sie können eine differenzierte Haltung zu Gesundheitsversorgungskonzepten einnehmen und Innovationen differenziert bewerten.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung wird durch eine schriftliche Leistung (Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie die ökonomischen Rahmenbedingungen und Implikationen ausgewählter Gesundheitsversorgungskonzepte differenziert darstellen und bewerten können.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreiche schriftliche Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird auf Moodle zur Verfügung gestellt. Buchempfehlung: Busse, R. et al., Management im Gesundheitswesen, Heidelberg 2018	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“	

MG-WHC-1803	Beratung im Gesundheitswesen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	2. Semester / <i>2nd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>Die Gesundheitswirtschaft ist zu einer der bedeutendsten Branchen Deutschlands herangewachsen: Rund zwölf Prozent des Bruttoinlandsproduktes werden für Güter und Dienstleistungen zur Bewahrung und Wiederherstellung der Gesundheit ausgegeben, jeder zehnte Arbeitsplatz ist in der Gesundheitswirtschaft angesiedelt.</p> <p>In Kooperation mit Partnern aus der Gesundheitswirtschaft (z.B. Krankenhaus, Medizintechnikhersteller, Beratung o.ä.) wird ein Erfahrungsprojekt durchgeführt, das den Student*innen die Übertragung betriebswirtschaftlicher Konzepte auf Organisationen der Gesundheitswirtschaft ermöglicht.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar „Beratung im Gesundheitswesen“ und Beratungsprojekt (selbstorganisierte Arbeit in Gruppen, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	In einem zweimonatigen Erfahrungsprojekt in Kooperation mit Partnern aus der Gesundheitswirtschaft vertiefen die Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Schwerpunkt und erproben. Sie erwerben spezifisches Wissen zu Strategien, Strukturen und Prozessen in den kooperierenden Organisationen.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Im Rahmen des Projektes erheben die Student*innen selbst Daten und bereiten diese auf.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen reflektieren die Übertragung betriebswirtschaftlicher Konzepte auf Organisationen der Gesundheitswirtschaft.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen erarbeiten selbständig Analysen und entwickeln Konzepte, die sie der kooperierenden Organisation im Gesundheitswesen präsentieren. Nach Projektabschluss analysieren und evaluieren die Kommunikation und Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner sowie die gruppenspezifischen Prozesse im Projektteam.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Abschlusspräsentation vor Auftraggeber*in und Projektbericht	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Beteiligung am Diskurs und an den Feedback-Schleifen. Ablegen der mündlichen und schriftlichen Prüfungsleistung.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird auf Moodle bereitgestellt. Buchempfehlungen: Busse, R. et al., Management im Gesundheitswesen, Heidelberg 2018 Nissen, V. (Hrsg.), Consulting Research. Unternehmensberatung aus wissenschaftlicher Perspektive. Wiesbaden 2007	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“	

MG-WHC-1804	Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitswesen	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / 4 th <i>Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
Qualitäts- und Risikomanagement sind integraler Bestandteil der Erbringung und Sicherung von Gesundheitsversorgungsleistungen. Im Modul werden die Besonderheiten von Qualitäts- und Risikomanagement für die Gesundheitsbranche vermittelt, häufig genutzte Zertifizierungssysteme (ISO, DIN, EFQM) eingeführt und die Anwendung im stationären und ambulanten Sektor im jeweiligen gesetzlichen Rahmen konkretisiert.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar und Fallstudien (eigenständig, betreut)		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vortrag, Diskurs, Gruppenarbeit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme am Modul können die Student*innen Ziele und Instrumente des Qualitätsmanagements im Gesundheitswesen beschreiben und diskutieren. • Sie kennen gesetzliche Rahmenbedingungen und können verschiedene Zertifizierungsverfahren vergleichen. • Sie können Ansätze des Risikomanagements erklären. 	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Nach Teilnahme an dem Modul können Student*innen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen Qualitäts- und Risikomanagement darstellen. • Sie können besondere Anforderungen an Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitswesen diskutieren. 	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Student*innen können Qualitätsmanagement als zentrales Handlungsfeld im Gesundheitswesen einordnen 	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Durch Teilnahme an dem Modul festigen die Student*innen methodische Arbeitsweisen und kommunikative Kompetenzen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Hausarbeit (ca. 20 Seiten)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Beteiligung am Diskurs, Präsentation, bestandene schriftliche Prüfungsleistung	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Literatur wird über Moodle bereitgestellt. Buchempfehlung: Kuntsche, P. / Börchers, K., Qualitäts- und Risikomanagement im Gesundheitswesen. Berlin 2018	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“	

MG-WHC-1805	Aktuelle Fragen zu Health Care Management	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium (tw. betreut)/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Das Modul „Aktuelle Fragen: Health Care Management“ wird einmal jährlich in der Fakultät ausgeschrieben. Student*innen können Vorschläge für Themen einreichen und in einem von der modulverantwortlichen Professor*innen organisierten Verfahren mitentscheiden, welche aktuelle Frage im Modul erörtert werden soll.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Seminar (Gastdozent*innen); Workshop		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Vortrag, Präsentation, Diskurs Gruppenarbeit		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Keine		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben die Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt des Health Care Managements erweitert und vertieft.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen üben sich darin, Informationen aus verschiedenen Quellen zu recherchieren, aufzubereiten und zu verarbeiten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen gestalten das Curriculum der Fakultät sowie eigene Lernprozesse zu Aspekten des Health Care Managements mit.	
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen formulieren und argumentativ verteidigen.	

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Die Prüfungsleistung wird in Form einer schriftlichen Leistung (Klausur 60 Min. oder Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie ausgewählte Aspekte der Forschung zu Health Care Management präsentieren, diskutieren und einordnen können.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Erfolgreiche schriftliche Prüfungsleistung.
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English Je nach Thema können Teilmodule durch Lehrbeauftragte auch englischsprachig angeboten werden.
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Keine
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Literatur zum gewählten Thema wird zu Beginn der Veranstaltung auf Moodle bereitgestellt.
Weitere Informationen / <i>other information</i>
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“

MG-WHC-1806	Independent Project – Independent Study „Health Care Management“
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	5-10 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 15 (30) h Selbststudium (betreut)/ <i>self study</i> : 135 (270) h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
Independent Projects und Independent Studies ermöglichen Student*innen, selbstgewählte Fragestellung zu bearbeiten und ihr Studium über die Wahlmöglichkeiten des Curriculums hinaus zu individualisieren. In diesem Modul können entweder Studienarbeiten zu Themen aus dem Bereich Health Care Management verfasst oder Praxisprojekte zu Aspekten des Health Care Managements durchgeführt und reflektiert werden.	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Kolloquium IPS „Health Care Management“; Projektarbeit	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Kolloquium, Mentoring	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls haben Student*innen ihr Wissen zu einem ausgewählten Aspekt aus dem Feld Health Care Management erweitert und vertieft.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen können Informationen aus verschiedenen Quellen recherchieren, aufbereiten und verarbeiten.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen demonstrieren durch die Wahl eines Independent Projects bzw. einer Independent Study eigene Interessen und den Wunsch, ihr Studium zu einer Fragestellung aus dem Bereich Health Care Management auf eigenen Wegen zu erkunden. Sie können weiterführende Lernprozesse zum Thema Health Care Management selbständig gestalten.

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen können fachbezogene Positionen und Problemlösungen zu ihrer selbstgewählten Thematik zum Thema Health Care Management formulieren und argumentativ verteidigen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung für Independent Projects besteht aus der erfolgreichen Umsetzung des selbst gewählten Projektes und einer Reflexionsarbeit. Die Prüfungsleistung für Independent Studies wird durch eine schriftliche Ausarbeitung mit einem Umfang von i.d.R. 25 Seiten zur selbst gewählten Thematik erbracht.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Antrag an die Modulverantwortliche, Erstberatung zur Abgrenzung der Themenstellung und Vereinbarung von Bewertungskriterien (bei Independent Projects). Regelmäßige Teilnahme an Kolloquien, Abschlussreflexion.	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Werden von den Student*innen schon für die Antragstellung eigenständig recherchiert.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Wahlpflichtmodul in der Vertiefung „Health Care Management“ <u>Wichtiger Hinweis:</u> Prüfungsleistungen für dieses Modul können nur nach erfolgreicher Antragstellung an die Modulbeauftragte bzw. den Modulbeauftragten erbracht werden. Der Antrag muss einen Zeit- und Projektplan, eine Vereinbarung von Bewertungskriterien sowie eine Betätigung der Betreuer*innen enthalten. Die Antragsstellung muss vor Beginn der Studienarbeit/des Praxisprojektes erfolgen. Der Antrag muss im Prüfungssekretariat eingereicht und von der/dem Vorsitzende/n des Prüfungsausschusses genehmigt werden.	

Modulgruppe „Freier Wahlbereich“ /
Module Group “Free Electives“

MG-WFW-1801	Praxisreflexionsmodul
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko
ECTS/credits, Workload:	5 – 25 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 25 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 125 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd Semester</i>
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Im Mittelpunkt des Praxisreflexionsmoduls steht ein von den Student*innen selbst organisiertes Praktikum bei einem privaten oder öffentlichen Arbeitgeber im In- oder Ausland. Das Praktikum stellt die Voraussetzung für die Teilnahme an einem Workshop dar, der neben fachlichen und methodischen Aspekten auch die soziale und persönliche Kompetenzentwicklung sowie berufliche Perspektiven adressiert. Im Rahmen des Workshops präsentieren und reflektieren die Student*innen ihre Erfahrungen vor dem Hintergrund ihres Studiums und kommentieren auch die jeweiligen Erfahrungen der Kommilitoninnen und Kommilitonen.</p> <p>Auf Basis der Praktikumserfahrung und des Workshops wählen die Student*innen für ihren Praxisreflexionsbericht aus den im Rahmen des Studiums erworbenen Kenntnissen volks- und betriebswirtschaftlicher, psychologischer, soziologischer oder juristischer Modelle und Theorien eigenständig eine geeignete fachliche bzw. methodische Reflexionsperspektive. Im Bericht reflektieren die Student*innen ihre Erfahrungen aus der Praxis vor dem Hintergrund der im Studium erlernten Theorien und Konzepte und umgekehrt. In Ergänzung zur Reflexion von Fachwissen und Methoden werden auch technologische und soziale Rahmenbedingungen der Praktikumsphase sowie persönliche Entwicklungspotentiale etwa im Hinblick auf die spätere berufliche Tätigkeit reflektiert.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Praktikumsdokumentation und Praxisreflexionsbericht (Selbststudium 90 h) Reflexionsseminar (Kontaktzeit 25 h, Selbststudium 35h)	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Kolloquium, Fallbesprechungen, Gruppenarbeit, Präsentationen	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
<p>Erfolgreiche Teilnahme an den Pflichtmodul „Master Kick-Off Projekt“ (MG-PGM-1801) sowie sowie mindestens 30 CP aus den folgenden Pflichtmodulen: MG-PGM-1803 Mikroökonomik für BWL (5 CP) MG-PGM-1804 Rechnungswesen und Controlling (5 CP) MG-PGM-1805 Investition und Finanzierung (5 CP) MG-PGM-1806 Grundlagen des Wirtschaftsrechts (5 CP) MG-PGM-1807 Projektmanagement (5 CP) MG-PGM-1808 Strategisches und internationales Management (5 CP) MG-PGM-1809 Marketingmanagement (5 CP) MG-PGM-1810 Personalmanagement (5 CP)</p> <p>Nachweis von Praxiserfahrung im Umfang von mindestens 4 Wochen (alternativ 20 Tagen Vollzeit).</p>	

Lernziele, Kompetenzen / <i>learning objectives, Competences</i>	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen reflektieren Theorien und Modelle vor ihren Praxiserfahrungen und umgekehrt. Das Verknüpfen von Fachwissen und Methoden mit der beruflichen Praxiserfahrung wird systematisch erprobt, methodengeleitetes Hinterfragen betrieblicher Praxis trainiert. In der geleiteten Reflexion von Theorie und Praxis wird bestehendes Wissen vertieft und neues Wissen generiert. Student*innen können Verbindungen von Theorie und Praxis in zunächst exemplarischer Form eigenständig konstruieren und langfristig weiterentwickeln.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Die Student*innen kennen verschiedene Methoden zur Reflexion und Verarbeitung subjektiver Lernerfahrungen, sie können Erfahrenes aufbereiten und ordnen.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Die Student*innen entwickeln ein erfahrungsorientiertes Verständnis für das Verhältnis von Theorie und Praxis und entdecken das wechselseitig befruchtende Potential einer Zusammenführung von Erkenntnis und Erfahrung.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Die Student*innen dokumentieren und präsentieren ihre Lernerfahrungen in verschiedenen Formaten, sie geben und empfangen Feedback für Einzel- und Gruppenleistungen, sie fragen und hinterfragen kritisch und selbstkritisch.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Praxisreflexionsbericht	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Nachweis der benötigten Praxiserfahrung, Referat und Gruppenarbeiten im Workshop	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.) und Pflichtmodul im Bachelorstudiengang Management (B.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Wird bei der Anmeldung bekannt gegeben.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Für weitere Informationen zum Praxisreflexionsmodul siehe auch die im Campusonlinesystem UWE hinterlegte Checkliste für den Studiengang General Management	

MG-WFW-1802	International Strategy	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Hendrik Wilhelm	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / <i>4th semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>	
Kurzbeschreibung /short description		
<p>International Strategy concerns the specific opportunities and challenges arising from doing business across borders and within a globalized economy. This module examines core strategic topics and the conceptual and theoretical foundations of International Strategy, key aspects of the international environment, coordination issues in multinationals and the main options for organizing and managing international operations. A special emphasis is placed on the idea that International Strategy often implies managing a network of subsidiaries and business partners. Students deepen and apply their Knowledge by discussing many case studies in class.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
<p>Seminar „Main Topics in International Strategy“ (3 ECTS; Kontaktzeit 20 h; Selbststudium 70 h), Dozent/in: Prof. Dr. Hendrik Wilhelm Practical Application „Case Studies in Strategic International Management“ (2 ECTS; Kontaktzeit 10 h; Selbststudium 50 h), Dozent/in: Prof. Dr. Hendrik Wilhelm</p>		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminar (Readings, Discussion), Case Study Presentations		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
None		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Having completed this module, students will be able to describe key concepts, drivers and implications of international strategy, explain which opportunities and threats international business entails, distinguish among a range of forms and modes in international strategy.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Having completed this module, students will be able to assess which management approaches are suited for different conditions, draw on appropriate analytical tools for handling strategic challenges, anticipate areas of potential conflict in international operations.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Having completed this module, students will be able to appreciate the embedded and networked nature of international strategy, understand their own role as managers in the globalized economy, take a critical stance on multinational firms' activities around the world.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Having completed this module, students will be able to discuss clearly and competently with experts on international strategy, communicate international issues to colleagues and business partners, demonstrate cross-cultural awareness in interaction with others.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Written exam (60 minutes)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
In class case study presentation	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
This elective module is open to students from the Master course Strategy & Organization (M.Sc.) and Philosophy, Politics and Economics (M.A.).	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Morschett, D., Schramm-Klein, H., Zentes, J. (2015) Strategic International Management: Text and Cases, 3rd ed., Springer Gabler [ISBN: 978-3-658-07883-6]	

MG-WFW-1803	Corporate Social Responsibility
Modulbeauftragte/r / <i>Module Supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Sabine Bohnet-Joschko
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>in Semester:</i>	ab 5. Semester / <i>from 5th semester</i> (Start W) ab 4. Semester / <i>from 4th semester</i> (Start S)
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Durch Globalisierung der Wirtschaft und Ubiquität von Information werden Interdependenzen zwischen Unternehmen und ihrer Umwelt gesellschaftlich verstärkt kritisch wahrgenommen. Seit Anfang der 90er Jahre werden die daraus resultierenden Herausforderungen für Strategie und Führung unter dem Begriff der „Corporate Social Responsibility“ diskutiert. Das Modul erschließt einen systematischen Überblick zu theoretischen Konzepten, zeigt anhand von Fallstudien die praktische Relevanz der Thematik für Unternehmen verschiedener Branchen und Größen und gibt Einblick in Entwicklungstrends.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
<p>Seminar „Corporate Social Responsibility“ (3 ECTS, Kontaktzeit 20 h, Selbststudium 70h) Fallstudie „Corporate Social Responsibility“ (2 ECTS, Kontaktzeit 10 h, Selbststudium 50h)</p>	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Peer Teaching, Diskurs, Arbeit in Gruppen, Präsentationen	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
In Summe müssen für die Teilnahme am Modul mindestens 75 Leistungspunkte aus Pflichtmodulen eingebracht werden.	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Nach Abschluss des Moduls sind die Student*innen in der Lage, theoretische Ansätze zur Begründung und Kategorisierung von CSR nachzuvollziehen und zu unterscheiden. - Sie kennen Themenfelder und Anwendungsgebiete der CSR und können diese anhand von Beispielen präsentieren und diskutieren. - Sie können in aktuellen Debatten und zu Entwicklungstrends der Corporate Social Responsibility Stellung beziehen.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Student*innen recherchieren selbständig, verarbeiten Informationen aus verschiedenen Quellen und bereiten diese in unterschiedlichen Formaten auf (Präsentation, Wiki- oder Glossareinträge, Poster, Essays).

<p>Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Durch Auseinandersetzung mit dem Phänomen der Corporate Social Responsibility stärken Student*innen ihre Wahrnehmung für Erfolgspotentiale von Unternehmen im Zusammenhang mit gesellschaftlichen Entwicklungen. - Sie erkennen gesellschaftliche Dimensionen von Managemententscheidungen und organisationalen Veränderungsprozessen und können weiterführende Lernprozesse auch durch Übertragung theoretischer Konzepte auf konkrete Sachverhalte selbständig gestalten.
<p>Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Die Student*innen können CSR-Aktivitäten unterscheiden, einordnen und kritisch diskutieren. - In Gruppenarbeiten trainieren sie Selbstorganisation und Teamfähigkeit.
<p>Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i></p>	
<p>Die Prüfungsleistung wird in Form von Präsentationen zu ausgewählten Themen und schriftlicher Leistungen (Hausarbeit oder drei Essays) erbracht. Die Student*innen zeigen, dass sie grundlegende Aspekte des Sozialunternehmertums beschreiben und einordnen können.</p>	
<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i></p>	
<p>Regelmäßige Beteiligung am Diskurs, Erarbeitung eines Fallbeispiels mit Posterpräsentation, mündliche und schriftliche Prüfungsleistung erfolgreich abgelegt.</p>	
<p>Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i></p>	
<p>Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten</p>	
<p>Unterrichtssprache / <i>teaching language</i></p>	
<p><input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input type="checkbox"/> English</p>	
<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i></p>	
<p>Wahlmodul im Bachelorstudiengang Management (B.Sc.)</p>	
<p>Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i></p>	
<p>Schneider, A./Schmidpeter, R. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis. Wiesbaden 2012. (Ausgewählte Beiträge)</p> <p>Ein Reader mit Beiträgen zu den einzelnen Themen wird jeweils zu Semesterbeginn auf Moodle bereitgestellt.</p>	
<p>Weitere Informationen / <i>other information</i></p>	
<p>Wahlmodul in der Vertiefung „Wertorientiertes Management“ Dieses Modul zählt zur Modulgruppe „Wertorientiertes Management“ (Wahl)</p>	

MG-WFW-1804	Ethical Issues in Organizations	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prof. Dr. Guido Möllering	
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	4. Semester / <i>4th semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/summer term <input type="checkbox"/> Wintersemester/winter term	
Kurzbeschreibung / short description		
<p>Complementing the study of business ethics and corporate responsibility at large, this module focuses on ethical issues occurring within organizations and emphasizes the students' own ethical awareness and personal development. We cover ethical foundations in philosophy, ethical decision making, communication, leadership, diversity and organizational implications. Students learn how to identify and deal with the many ethical dilemmas occurring in organizations. They work on a project tracing a real-life ethical issue in an organization and develop their moral standpoint as well as ethical management skills.</p>		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
<p>Seminar „Organizational Ethics“ (3 ECTS; Contact hours 20 h; Self-study 70 h), Lecturer Prof. Dr. Guido Möllering, N.N.;</p> <p>Project „Identifying and Managing Ethical Issues in Organizations“ (2 ECTS; Contact hours 10 h; Self-study 50 h), Lecturer: Prof. Dr. Guido Möllering, N.N.</p>		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Seminar (readings, discussion), student project, guest lectures		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
None		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Having completed this module, students will be able to describe the foundations of key ethical issues in organizations, explain why ethics is about dealing with dilemmas, distinguish among a range of forms and modes of evaluating ethics in organizational contexts.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Having completed this module, students will be able to assess which approaches are suited for addressing different ethical issues in organizations, draw on appropriate analytical tools for describing and evaluating ethical issues in organizations, anticipate and handle areas of potential conflict in organization which stem from ethical dilemmas.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Having completed this module, students will be able to assess ethics within organizations in the light of larger societal ethics as well as personal development	

	of the individual, act upon their own responsibility as promoters of ethical behavior in organizations, take a critical stance on firms' current practices relating to organizational ethics.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Having completed this module, students will be able to discuss clearly and competently with experts on organizational ethics, communicate issues around organizational ethics to colleagues and business partners, facilitate processes of dealing with ethical issues occurring in organizations, express their own moral standpoint.
Prüfungsmodalitäten, -formen / exam assessments and forms	
Project report (about 20 pages)	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / precondition for award of credits	
None	
Stellenwert der Note in der Endnote / weight of grade for final grade	
In proportion to ECTS-Points and according to the study regulation.	
Unterrichtssprache / teaching language	
<input type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / module applicability	
This module is an elective module in Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / learning material, literature	
Johnson, C.E. (2015): Organizational Ethics: A Practical Approach (3 rd ed.) London: Sage.	

MG-WFW-1805	Aktuelle Fragen
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	5 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 30 h Selbststudium/ <i>self study</i> : 120 h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd semester</i> (Start W)
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i> Mindestens jährlich
Kurzbeschreibung /short description	
<p>Dieses Modul ergänzt die in den anderen Modulen des Studiengangs vermittelten Kompetenzen. Im Mittelpunkt steht die Übertragung der erworbenen theoretischen Erkenntnisse auf aktuelle Fragestellungen und die Praxis.</p> <p>In jedem Turnus werden aktuelle Themen aufgegriffen. Student*innen haben die Möglichkeit Themen- und Dozent*inenvorschläge zu unterbreiten.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Seminar „Aktuelle Fragen“: wechselnde Dozent*innen der UW/H sowie Vertreter*innen aus Unternehmen und Institutionen (30 h)	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Seminaristischer Kleingruppenunterricht, ggf. mit Fallstudien	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
Keine	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Die Student*innen sollen in der Lage sein, sich mit aktuellen Fragen aus unterschiedlichen Themenbereichen, welche mit den Inhalten des Studiengangs korrespondieren intensiv und wissenschaftlich fundiert auseinanderzusetzen.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Nach Abschluss des Moduls können die Student*innen erworbene (theoretische) Kenntnisse auf aktuelle Problemstellungen und Praxisanforderungen übertragen und Lösungsvorschläge erarbeiten.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Durch die Übertragung von erworbenem Wissen auf aktuelle Fragestellungen werden die Student*innen befähigt, erlernte Instrumentarien problemorientiert anzuwenden und zu übertragen.
Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Nach Abschluss des Moduls sollen die Student*innen in der Lage sein, die Komplexität von unternehmerischen Prozessen und Entscheidungen zu durchdringen, zu präsentieren und Lösungsvorschläge abzuleiten und zu evaluieren.

Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>
Die Prüfungsleistung wird in Form einer schriftlichen Leistung (Klausur 60 Min. oder Hausarbeit, ca. 20 Seiten) erbracht.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>
Bestehen der Prüfung
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English Abhängig von den Dozent*innen
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>
Wird abhängig von der Fragestellung zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

MG-WFW-1806	Independent Project – Independent Study	
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft	
ECTS/credits, Workload:	5 oder 10 Kontaktzeit/ <i>contact hours</i> : 0 h	Selbststudium/ <i>self study</i> : 150 h / 300h
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	ab 3. Semester / <i>from 3rd semester</i>	
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description		
Independent Projects und Independent Studies ermöglichen Student*innen, selbstgewählte Fragestellung zu bearbeiten und ihr Studium über die Wahlmöglichkeiten des Curriculums hinaus nach eigenen Interessen zu individualisieren. In diesem Modul können entweder Studienarbeiten oder Praxisprojekte mit Bezug zu Themen, die in Verbindung zu den Inhalten des Studiengangs stehen, bearbeitet und eingebracht werden.		
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)		
Keine		
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation		
Eigenständige Arbeit, i.d.R. in Form einer schriftlichen Ausarbeitung Abstimmung des Themas und des Inhalts der Study bzw. des Projects sowie eines Arbeitsplans mit der Betreuerin/dem Betreuer. Betreuerinnen bzw. Betreuer können alle gemäß Studien- und Prüfungsordnung bestellte Prüfer*innen sein.		
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements		
Die Independent Study bzw. das Independent Project ist vor Beginn der Bearbeitung von dem/der Modulverantwortlichen schriftlich zu genehmigen.		
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences		
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Nach Abschluss des Moduls sollen die Student*innen in der Lage sein, eigene wissenschaftliche Studien sowie theoriebezogene Praxisprojekte durchzuführen, d.h. das sich dafür notwendige theoretische und praktische Wissen anzueignen.	
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Das Modul soll die Student*innen dazu befähigen, eigenständig die für den Untersuchungsgegenstand relevanten Daten zu sammeln, aufzubereiten und adäquat auszuwerten.	
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Nach Abschluss des Moduls können die Student*innen theoretische Konzepte auf selbst ausgewählte Fragestellungen anwenden und eigene Praxis- und/oder Forschungsergebnisse generieren.	

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Das Modul befähigt die Student*innen, eigene Forschungs- und Projektideen zu strukturieren, zu präsentieren und zu bearbeiten. Die Student*innen können ihr theoretisches und praktisches Wissen anhand der im Modul erzielten Ergebnisse kritisch hinterfragen.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Die Prüfungsleistung für Independent Projects besteht aus der erfolgreichen Umsetzung des selbst gewählten Projektes und einer Reflexionsarbeit. Die Prüfungsleistung für Independent Studies wird durch eine schriftliche Ausarbeitung mit einem Umfang von i.d.R. 25 Seiten zur selbst gewählten Thematik erbracht.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Durch die/den Modulbeauftragte/n genehmigt und mit der/dem Betreuer*in abgestimmter Antrag (inkl. Zeit- und ggf. Projektplan); Mindestens mit der Note ausreichend bewertete schriftliche Ausarbeitung	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English Wird mit dem/der Betreuer*in abgestimmt.	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Wahlmodul im Masterstudiengang Strategy & Organization (M.Sc.)	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Wird von den Student*innen zur Antragstellung zu ihrem gewählten Thema recherchiert.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
Je nach Workload und Beantragung können 5 oder 10 CP erworben werden. <u>Wichtiger Hinweis:</u> Prüfungsleistungen für dieses Modul können nur nach erfolgreicher Antragstellung an die Modulbeauftragte bzw. den Modulbeauftragten erbracht werden. Der Antrag muss einen Zeit- und Projektplan, eine Vereinbarung von Bewertungskriterien sowie eine Bestätigung der Betreuer*innen enthalten. Die Antragsstellung muss vor Beginn der Studienarbeit/des Praxisprojektes erfolgen. Der Antrag muss im Prüfungssekretariat eingereicht und von der/dem Vorsitzende/n des Prüfungsausschusses genehmigt werden.	

MG-WAu-1801	Auslandsleistungen I
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	Abhängig von Learning Agreement 1 ECTS entspricht 30 h workload
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	Jedes Semester
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>In diesem Modul können Leistungen anerkannt werden, welche im Ausland in Lehrveranstaltungen aus dem Themengebiet Management erbracht wurden, die aktuell nicht an der UW/H gelehrt werden. Inhaltlich kann das Modul die verschiedensten Aspekte aus dem Bereich des Managements bzw. der Betriebswirtschaftslehre abdecken, wie z. B. spezielle Themenbereiche aus dem Marketing, Strategie, Governance o.ä. Die genauen Inhalte sind der jeweiligen Modulbeschreibung der ausländischen Universität zu entnehmen.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
<p>Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität. Das Modul darf nicht bereits an der UW/H absolviert worden sein und muss nachweislich ein Modul im Rahmen eines Masterstudiengangs an der ausländischen Universität sein. Die Belegung dieses Moduls muss vorab von dem Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft im Rahmen eines Learning Agreements genehmigt werden.</p>	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreicher Abschluss des Moduls gem. der Vorgaben der ausländischen Universität	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
<p><u>Wichtiger Hinweis:</u> Die Belegung dieses Moduls muss im Rahmen des Learning Agreements vor der Einschreibung in die jeweiligen Kurse an der Austauschuniversität vereinbart werden. Die Umrechnung von im Ausland erworbener Noten in das an der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft verwendete Notenschema basiert auf der sogenannten „modifizierten Bayerischen Formel“. Das International Office der UW/H unterstützt Student*innen bei der Planung von Austauschaufenthalten an ausländischen Universitäten und stellt auf Anfrage weitere Informationen zur Verfügung.</p>	

MG-WAu-1802	Auslandsleistungen II
Modulbeauftragte/r / <i>Module supervisor/s:</i>	Prodekan*in für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft
ECTS/credits, Workload:	Abhängig von Learning Agreement 1 ECTS entspricht 30 h workload
Studiensemester / <i>In Semester:</i>	Jedes Semester
Turnus/Dauer <i>Frequency/Duration:</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Sommersemester/ <i>summer term</i> <input checked="" type="checkbox"/> Wintersemester/ <i>winter term</i>
Kurzbeschreibung /short description	
<p>In diesem Modul können Leistungen anerkannt werden, welche im Ausland in Lehrveranstaltungen aus dem Themengebiet Management erbracht wurden, die aktuell nicht an der UW/H gelehrt werden. Inhaltlich kann das Modul die verschiedensten Aspekte aus dem Bereich des Managements bzw. der Betriebswirtschaftslehre abdecken, wie z.B. spezielle Themenbereiche aus dem Marketing, Strategie, Governance o.ä. Die genauen Inhalte sind der jeweiligen Modulbeschreibung der ausländischen Universität zu entnehmen.</p>	
Lehrveranstaltungen (Teilmodule) / courses (module elements)	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Lehrformen, methodische Umsetzung / methodic implementation	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Teilnahmevoraussetzungen / admission requirements	
<p>Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität. Das Modul darf nicht bereits an der UW/H absolviert worden sein und muss nachweislich ein Modul im Rahmen eines Masterstudiengangs an der ausländischen Universität sein. Die Belegung dieses Moduls muss vorab von dem Prodekan für Lehre bzw. der Prodekanin für Lehre der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft im Rahmen eines Learning Agreements genehmigt werden.</p>	
Lernziele, Kompetenzen / learning objectives, Competences	
Wissensverbreiterung und -vertiefung / <i>Extending and Consolidating Knowledge</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Instrumentale Kompetenzen / <i>Instrumental Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Systemische Kompetenzen / <i>Systemic Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.

Kommunikative Kompetenzen / <i>Communicative Competences</i>	Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.
Prüfungsmodalitäten, -formen / <i>exam assessments and forms</i>	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten / <i>precondition for award of credits</i>	
Erfolgreicher Abschluss des Moduls gem. der Vorgaben der ausländischen Universität	
Stellenwert der Note in der Endnote / <i>weight of grade for final grade</i>	
Entsprechend der Studien- und Prüfungsordnung anteilig nach ECTS-Punkten	
Unterrichtssprache / <i>teaching language</i>	
<input checked="" type="checkbox"/> Deutsch <input checked="" type="checkbox"/> English	
Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) / <i>module applicability</i>	
Keine	
Lernmaterial, Literaturangaben / <i>learning material, literature</i>	
Siehe Modulbeschreibung der ausländischen Universität.	
Weitere Informationen / <i>other information</i>	
<p><u>Wichtiger Hinweis:</u> Die Belegung dieses Moduls muss im Rahmen des Learning Agreements vor der Einschreibung in die jeweiligen Kurse an der Austauschuniversität vereinbart werden. Die Umrechnung von im Ausland erworbener Noten in das an der Fakultät für Wirtschaft und Gesellschaft verwendete Notenschema basiert auf der sogenannten „modifizierten Bayerischen Formel“. Das International Office der UW/H unterstützt Student*innen bei der Planung von Austauschaufenthalten an ausländischen Universitäten und stellt auf Anfrage weitere Informationen zur Verfügung.</p>	