

## Modulbeschreibungen für den Master-Studiengang Betriebswirtschaft

Modul-Nr./ Code	Modul PM 1
Modulbezeichnung	Wirtschaftsethik
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art des Moduls	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	---
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet der Unternehmensethik. Es kann auch in anderen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen der Unternehmensethik erforderlich sind.
Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	3 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Stunden, davon entfallen 32 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 58 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	2 SWS Übung
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Ziel ist die Vermittlung des grundlegenden Wissens und Verständnisses über die ethischen Aspekte ökonomischen Handelns. Das Modul entwickelt auf der Basis ausgewählter Denkrichtungen der Wirtschafts- und Unternehmensethik die Grundzüge einer integrativen Wirtschaftsethik. Die Studierenden eignen sich strukturiertes Denken in den ganzheitlichen Zusammenhängen der Wirtschaftsethik an und können wissenschaftlich fundiert Managementansätze einer Unternehmensethik formulieren. Die Studierenden besitzen die Kompetenz, Analysen und Schlussfolgerungen für ethische Managemententscheidungen durchzuführen, logisch zu begründen und überzeugend im inner- und außerbetrieblichen Kontext zu vertreten.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20; Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Quellen ethischer Urteilsbildung und Integrative Wirtschaftsethik</li> <li>• Kritik des Ökonomismus und Rahmenordnung des Marktes</li> <li>• Geschäftsintegrität und Unternehmenspolitik: Kriterien ethischer Urteilsbildung im operativen Management</li> <li>• Fallstudien zu ethischer Verantwortung: Unternehmerische Mission, Geschäftsgrundsätze, Unternehmensverfassung und Qualitätsmanagement</li> <li>• Das Unternehmen zwischen organisationaler,</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Übung, Exkursion (optional) sowie Gastvorträge (optional)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Thielemann, Ulrich: "Ethik als Erfolgsfaktor? : the case against the business case und die Idee verdienter Reputation"</li> <li>• Thielemann, Ulrich: "Integrative Wirtschafts- und Unternehmensethik als Reflektion des spannungsreichen Verhältnisses von Einkommensstreben und Moral : zum Verhältnis von Wirtschaftsethik und philosophischer (Diskurs)-Ethik"</li> <li>• Ulrich, Peter: "Markt, Mensch und Freiheit : eine integrative wirtschaftsethische Perspektive"</li> <li>• Ulrich, Peter: "Integrative Wirtschaftsethik : Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie"</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul PM 2
Modulbezeichnung	Wissenschaftstheorie
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet „Wissenschaftstheorie“. Es kann auch in anderen sozialwissenschaftlichen Studiengängen, insbesondere Masterstudiengängen eingesetzt werden.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	90 Std., davon entfallen 32 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 58 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	Das Modul vermittelt den Studierenden die grundlegenden Ansätze wissenschaftlichen Denkens. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden ihr eigenes wissenschaftliches Arbeiten im allgemeinen Kontext wissenschaftlicher und wissenschaftstheoretischer Diskurse einzuordnen und zu reflektieren. Darüber hinaus wird die Frage thematisiert, ob und inwieweit über das speziell in der Betriebswirtschaftslehre vorfindbare partikularistische Ausbildungs- und Verwertungsinteresse hinaus, Wissenschaft einen kulturellen Eigenwert besitzt bzw. besitzen sollte. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20; Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der logischen Propädeutik</li> <li>• Induktion und Deduktion</li> <li>• Die Entwicklung des wissenschaftstheoretischen Denkens</li> <li>• Positivismus und Positivismuskritik</li> <li>• Kritischer Rationalismus und die Kritik am Kritischen Rationalismus</li> <li>• Wissenschaftlicher Wandel</li> <li>• Wissenschaft im gesellschaftlichen Kontext</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Vorlesung und Übung
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seiffert, H.: Einführung in die Wissenschaftstheorie Bd. 1, 12. durchg. Aufl.: (Beck Verlag) München 1996.</li> <li>• Schüle, J. A.; Reitze, S.: Wissenschaftstheorie für Einsteiger, 2. Aufl. (WUV UTB) Wien 2005.</li> <li>• Carrier, M.: Wissenschaftstheorie, 2. Aufl., (Junius Verlag) Hamburg 2008.</li> </ul> <p>(Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul PM 3
Modulbezeichnung	Empirische Wirtschaftsforschung
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaft
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul umfasst die empirische Wirtschaftsforschung. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen empirischen Methoden erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. sc. pol. Hans-Eggert Reimers
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. sc. pol. Hans-Eggert Reimers
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 180
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Fachkompetenz/Wissensverbreiterung: Die Studierenden kennen grundlegende multivariate Methoden sowie zeitreihenanalytische Prognoseverfahren und können diese problemadäquat einsetzen. Sie erkennen die Möglichkeiten und Grenzen der verschiedenen Methoden.</p> <p>Methodenkompetenz/Wissenserschließung: Die Studierenden sind in der Lage, Forschungsergebnisse im Kontext der empirischen Wirtschaftsforschung aufzuarbeiten und diese in eigenständigen, forschungs- oder anwendungsorientierten Projekten zu integrieren.</p> <p>Fachübergreifende Kompetenzen/Schlüsselqualifikationen: Die Studierenden eignen sich strukturiertes, formales Denken an und können empirisch fundierte Positionen entwickeln sowie diese argumentativ vertreten.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formulierung von überprüfbareren Hypothesen zu ökonomischen Zusammenhängen;</li> <li>• Datenerhebung und Aufbereitung von Daten;</li> <li>• multivariate Methoden und zeitreihenanalytische Prognoseverfahren;</li> <li>• Fallstudien zur Kapitalmarktanalyse, Marktforschung oder Unternehmensplanung.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	seminaristischer Unterricht, auch am PC
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eckey, H.-F.; Kosfeld, R.; Rengers, M.: Multivariate Statistik – Grundlagen, Methoden, Beispiel; Wiesbaden; 2002</li> <li>• Gujarati, D. N.: Basic Econometrics; Fourth international edition; Boston; 2008</li> <li>• Kleiber, C.; Zeileis, A.: Applied Econometrics with R; New York; 2008</li> <li>• Moosmüller, G.: Methoden der empirischen Wirtschaftsforschung; München; 2004</li> <li>• Winker, P.: Empirische Wirtschaftsforschung; 3. Aufl.; Heidelberg; 2010</li> </ul> <p>(Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul PM 4
Modulbezeichnung	Strategisches Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaft
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul ist in allen wirtschaftsnahen Master-Studiengängen der Hochschule Wismar einsetzbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Weigand Prof. Dr. oec. Andreas von Schubert
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. rer. pol. Andreas Weigand Prof. Dr. oec. Andreas von Schubert
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Modul	<p>Zielsetzung ist es, neben der Wissensverbreiterung und -vertiefung die Anwendungskompetenz durch Fall- und Aufgabenbearbeitung zu fördern. Weiter soll den Studierenden Raum für die Erprobung und Weiterentwicklung ihrer persönlichen Kompetenzen (Handlungs- und Sozialkompetenz) gegeben werden.</p> <p>Die Studierenden kennen wesentliche Konzepte des strategischen Managements und können die Besonderheiten und Unterschiede wiedergeben und erläutern.</p> <p>Für strategische Entscheidungen in Organisationen können die Studierenden geeignete Methoden zur Analyse, Strategieentwicklung und Auswahl auszuwählen und anwenden. Damit sind die Studierenden in der Lage unterschiedliche Aufgabenstellungen zu analysieren und methodisch zu bewerten.</p> <p>Die Studierenden können ausgewählte Instrumente des Strategischen Managements praktisch anwenden.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt Gewichten:  Fachkompetenz: 20 Methodenkompetenz: 40  Systemkompetenz: 10 Sozialkompetenz: 30</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• strategische Unternehmensführung: Konzepte, Beispiele und Handlungskompetenz;</li> <li>• Veränderungsmanagement: Konzepte und Fallstudien;</li> <li>• aktuelle Themen aus Führung und Management, z. B. nachhaltige Unternehmensführung, interne Kundenorientierung;</li> <li>• Organisationsmodelle der Zukunfts- und Implementierungsstrategien.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Die Veranstaltung kombiniert Vortrag, Lerngespräche, und begleitete Phasen des individuellen und gemeinschaftlichen „Selbstlernens“. Form: seminaristischer Unterricht, Projektarbeit.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	Weigand, A. Krause, S., Strategische Unternehmensführung, Welge, M., Al-Laham, a., Strategisches Management Porter, M., Wettbewerbsstrategien  (Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage)

Modul-Nr./ Code	PM 5
Modulbezeichnung	Globalisierung der Wirtschaft
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art des Moduls	Pflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	---
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet „Globalisierung der Wirtschaft“. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen diesbezügliche Grundlagen erforderlich sind.
Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Gudrun Peschutter
Name der Hochschullehrerin	Prof. Dr. rer. pol. Gudrun Peschutter
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden können die grundlegenden außenwirtschaftlichen Aktivitäten verstehen, die zur Globalisierung des Wirtschaftsgeschehens führen. Sie können deren Auswirkungen für unterschiedliche Wirtschaftsräume erklären. Sie erkennen die Möglichkeiten und Grenzen nationaler und internationaler wirtschaftspolitischer Gestaltung dieses Prozesses.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, auf Basis des erworbenen Wissens unvorhergesehene und aktuelle Tendenzen der Globalisierung eigenständig problembezogen zu analysieren. Sie können eigene wirtschaftspolitische Lösungsvorschläge hierzu entwickeln und vergleichend diskutieren.</p> <p>Die Studierenden eignen sich strukturiertes, globales Denken an. Sie können wissenschaftlich fundierte und gesellschaftspolitisch verantwortungsvolle Positionen entwickeln und diese argumentativ vertreten. Sie sind imstande, neue Forschungsergebnisse im Kontext der Globalisierung einzuordnen und diese in eigenständigen, forschungs- oder anwendungsorientierten Projekten zu integrieren.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 50, Methodenkompetenz: 40,</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internationaler Handel, internationale Handelspolitik</li> <li>• Internationale Faktorbewegungen</li> <li>• Zahlungsbilanz: statistische Konzeption, ökonomische Interpretation</li> <li>• Wechselkursentwicklung auf Devisenmärkten</li> <li>• Wechselkursregime, Währungsunion</li> <li>• internationale Wirtschaftsorganisationen</li> <li>• aktuelle Entwicklungen und Probleme im Bereich Globalisierung der Wirtschaft</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übungen, Fallbeispiele, Selbststudium
Besonderes	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Krugmann, P. R. ; M. Obstfeld (2012): Internationale Wirtschaft, Theorie und Politik der Außenwirtschaft, München u. a. (Pflichtlektüre)</li> <li>• Eibner, W. (2008): Internationale Wirtschaftliche Integration, München, Wien.</li> <li>• Morasch, K, F. Bartholomae (2011): Internationale Wirtschaft – Handel und Wettbewerb auf globalen Märkten, Stuttgart.</li> <li>• Rugman, A. M., R. M. Hodgetts (2009): International Business, Harlow.</li> </ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuelle Auflage.</p>

Modul-Nr./ Code	Modul C1
Modulbezeichnung	Strategisches Controlling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls <sub>1</sub>	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Controlling“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sub>2</sub>	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen <sub>3</sub>	Wahl des Studienschwerpunktes „Controlling“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sub>4</sub>	Das Modul baut auf grundlegenden Controllingkenntnissen auf und erweitert diese auf controllingrelevante Problemstellungen aus dem strategischen Management. Es ist in allen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kai Heuer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Kai Heuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sub>5</sub>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sub>6</sub>	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sub>7</sub>	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Qualifikationsziele des Moduls/Kompetenzen <sub>8</sub>	<p>Nach dem Besuch der Veranstaltung sollen die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• strategisches Controlling als Schnittstelle vom Controlling zum strategischen Management, Finanzmanagement und Marketing begreifen,</li> <li>• die Zielsetzungen des strategischen Controllings als Steuerung von Erfolgspotenzialen kennen,</li> <li>• mit Unternehmens- und Umweltanalyse sowie Portfoliotechniken vertraut sein,</li> <li>• ausgewählte Instrumente des strategischen Controllings beherrschen und kritisch hinterfragen,</li> <li>• in der Praxis eingesetzte strategische Controllingansätze anwenden und imstande sein, Konzepte situationsangemessen auszuwählen und die Leistungsfähigkeit eingesetzter Verfahren zu beurteilen,</li> <li>• für Schnittstellenprobleme, Zielkonflikte und Fehlerquellen sensibilisiert sein,</li> <li>• in der Lage sein, Handlungsbedarfe zu analysieren und in eigenständige, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte zu integrieren,</li> <li>• damit in die Lage versetzt werden, die Besonderheiten, Grenzen und Terminologien zum strategischen Controlling zu kennen und darzustellen,</li> <li>• aufbauend auf dem Wissen und Verstehen, welches normalerweise auf Bachelor-Ebene besteht, Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden,</li> <li>• sich neues Wissen und Können selbständig aneignen, integrieren und mit Komplexität umgehen,</li> <li>• weitgehend selbstgesteuert eigenständige anwendungs- oder forschungsorientiert Projekte durchführen,</li> <li>• Schlussfolgerungen hieraus und die diesen zugrunde liegenden Informationen in klarer und eindeutiger Weise auf wissenschaftlichem Niveau zu vermitteln.</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 50%, Methodenkompetenz: 20%,  Systemkompetenz: 20%, Sozialkompetenz: 10%.</p>
Inhalte des Moduls <sub>8</sub>	<p>1. Grundlagen:  Einordnung des strategischen Controllings, Unternehmensführung als Prozess und Institution, Controlling als Konzept der wertzielorientierten Rationalitätssicherung; Gegenstand, Prozess und Träger des strategischen Managements; Ziele,</p>

	<p>Aufgaben und Prozess des strategischen Controllings; Träger des strategischen Controllings</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Strategisches Controlling in der Phase der Strategieentwicklung; strategisches Zielplanung, strategische Analysen und Prognosen zu Umfeld und Unternehmen; Erarbeiten und Bewerten von Handlungsalternativen und Strategiewahl; Balanced Scorecard als phasenübergreifendes Instrument</li> <li>3. Strategisches Controlling in der Phase der Strategieimplementierung; strategiegerechte Personen und Organisationen; Einsatz von Projektmanagement</li> <li>4. Strategisches Controlling in der Phase der strategischen Kontrolle; Prämissenkontrolle, Konsistenzkontrolle und Implementierungskontrolle</li> <li>5. Risikomanagement als strategieübergreifendes Aufgabenfeld; Risiko und Enterprise-Risk-Management (ERM); Prozess des Risikomanagements</li> </ol>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls,	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete Behandlung von Fallbeispielen; Präsentation von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 30
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Aaker, D.A./McLoughlin, D.: Strategic Market Management, Chichesetr: Wiley 2010.  Alter, R.: Strategisches Controlling, München: Oldenbourg Verlag 2011.  Baum/Coenenberg/Günther: Strategisches Controlling, 5. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel Verlag 2012.  Bowhill, B.: Business Planning and Control, Chichester: Wiley 2008.  Kremin-Buch, B.: Strategisches Kostenmanagement, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler Verlag 2007.  (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul C2
Modulbezeichnung	Internationales Controlling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Controlling“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Controlling“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul baut auf grundlegenden Controllingkenntnissen auf und erweitert diese auf controllingrelevante Problemstellungen aus dem internationalen Management. Es ist in allen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kai Heuer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Kai Heuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Qualifikationsziele des Moduls/Kompetenzen	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige Fragestellungen im Controlling internationaler Konzerne und von Auslandsaktivitäten kennen lernen,</li> <li>• die Grundlage des Controllings internationaler Unternehmen und Einzelprobleme der Entscheidungsunterstützung im Auslandsgeschäft diskutieren,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Störfaktoren des internationalen Controllings und ihren Umgang damit begreifen,</li> <li>• die Erfolgsmessung und das Berichtswesen im globalen Kontext erörtern,</li> <li>• strategische Entscheidungen des internationalen Managements analysieren,</li> <li>• Ansätze zur Organisation des internationalen Controlling aufzeigen können und</li> <li>• auch die in anderen Veranstaltungen erworbenen Kenntnisse auf Besonderheiten in der Struktur international tätiger Unternehmen anwenden,</li> <li>• in der Lage sein, Handlungsbedarfe zu analysieren und in eigenständige, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte zu integrieren,</li> <li>• damit in die Lage versetzt werden, die Besonderheiten, Grenzen und Terminologien zum internationalen Controlling zu kennen und darzustellen,</li> <li>• aufbauend auf dem Wissen und Verstehen, welches normalerweise auf Bachelor-Ebene besteht, Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden,</li> <li>• sich neues Wissen und Können selbständig aneignen, integrieren und mit Komplexität umgehen,</li> <li>• weitgehend selbstgesteuert eigenständige anwendungs- oder forschungsorientiert Projekte durchführen,</li> <li>• Schlussfolgerungen hieraus und die diesen zugrunde liegenden Informationen in klarer und eindeutiger Weise auf wissenschaftlichem Niveau zu vermitteln.</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 40%, Sozialkompetenz: 20%  Methodenkompetenz: 20%, Systemkompetenz: 20%.</p>
Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltungen und Fallstudien aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Besonderheiten der Informationsversorgung im international tätigen Konzern</li> <li>- Organisation des betrieblichen Rechnungswesens im international tätigen Konzern</li> <li>- Verrechnungspreise für interne Leistungen</li> <li>- Umgang mit Wechselkursrisiken (operativ und strategisch)</li> <li>- Mehrdimensionale Auswertungen und Konsolidierungen innerhalb der Erfolgsrechnung</li> <li>- Ressourcensteuerung im internationalen Konzern</li> <li>- Internationalisierungsstrategien</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete Behandlung von Fallbeispielen; Präsentation von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 30
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Hoffjan, A.: Internationales Controlling, Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2009. Hoffjan, A./Weber, J.: Internationales Controlling: Steuerung von Auslandsgeschäften, in: Weber, J. (Hrsg.): Advanced Controlling, Weinheim: Wiley-VHC-Verlag 2007. Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 13. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011. Welge, M.K./Holtbrügge, D.: Internationales Management, 5. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2009. Zentes, J./Swoboda, B. (Hrsg.): Fallstudien zum internationalen Management, 4. Aufl., Wiesbaden: Gabler 2011.  (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)



Modul-Nr./ Code	Modul C3
Modulbezeichnung	Hauptseminar Controlling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Controlling“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Controlling“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul baut auf den Controllingmodulen C1 und C2 auf und erweitert diese auf vertiefte controllingrelevante Problemstellungen. Es ist für Studierende des Schwerpunktes Controlling in Masterstudiengängen verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kai Heuer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Kai Heuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	8 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	240 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 180 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Erstellen einer Hauptseminararbeit, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4 Std.
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Qualifikationsziele des Moduls/Kompetenzen	<p>Selbständige, kritische und umfassende Analyse einer ausgewählten Thematik sowie sichere Präsentation der Ergebnisse. Durch die zusätzliche Diskussion bzw. Verteidigung der Ergebnisse sollen zudem soziale Kompetenzen gefördert werden.</p> <p>Darüber hinausgehend sollen durch die tiefgehende Analyse der betrachteten Thematik Fähigkeiten verbessert werden, zukünftige Entwicklungstendenzen abzuleiten.</p> <p>Handlungsbedarfe analysieren und in eigenständige, forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte zu integrieren.</p> <p>Besonderheiten, Grenzen und Terminologien zu einem speziellen Thema des Controllings zu kennen, darzustellen und Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden.</p> <p>Dabei sich neues Wissen und Können selbständig aneignen, integrieren und mit Komplexität umgehen sowie weitgehend selbstgesteuert eigenständige anwendungs- oder forschungsorientiert Projekte durchführen.</p> <p>Schlussfolgerungen hieraus und die diesen zugrunde liegenden Informationen in klarer und eindeutiger Weise auf wissenschaftlichem Niveau zu vermitteln.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 40%, Methodenkompetenz: 30%,  Systemkompetenz: 20%, Sozialkompetenz: 10%.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Es werden wechselnde aktuelle Themenschwerpunkte im Bereich des Controllings bearbeitet. Ziel ist die eigenständige wissenschaftliche Analyse einer ausgewählten Thematik. Die Ergebnisse dieser Arbeit werden im Rahmen eines Vortrags dem Teilnehmerkreis präsentiert.</p> <p>Den Masterstudierenden soll hier die Gelegenheit geboten werden, sich durch das Erlernen von Forschungsmethoden und das Kennenlernen spezifischer Forschungsfragen auf ihre Masterarbeit vorzubereiten. Die Arbeiten sollen generell einen bewerteten Überblick über die relevante Forschungslandschaft des jeweiligen - idealerweise aber nicht notwendigerweise bereits nahe am Masterthema liegenden - Themengebiets geben.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete weitgehend selbständige wissenschaftlich fundierte Analyse von Controllingthemen, Diskussion / Verteidigung von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 15

Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Heuer, K.: Controlling, München: Oldenbourg 2011. Horvath, P.: Controlling, 12. Aufl., München: Vahlen 2011. Jung, H.: Controlling, 3. Aufl., München: Oldenbourg 2011. Macintosh, N./Quattrone, P.: Management Accounting and Control Systems, 2. Aufl., New York, NY: Wiley, J/VCH 2010. Reichmann, T.: Controlling mit Kennzahlen, 8. Aufl., München: Vahlen 2011. Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, 13. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2011.  (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)
---	---

Modul-Nr./ Code	Modul F 1
Modulbezeichnung	Corporate Finance
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Finanzierung“; Grundkenntnisse der Finanzierung und der Investitionsrechnung
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul ist Teil der Vertiefungsrichtung Finanzierung. Es behandelt die kapitalmarktorientierte Finanzierung und Investition sowie die Unternehmensbewertung. Das entsprechende Verständnis der theoretischen Grundlagen der Unternehmensbewertung ist auch für den Masterstudiengang „Tax and Business Consulting“ geeignet.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. pol. Kai Neumann
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. rer. pol. Kai Neumann
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	Das Modul vermittelt folgende instrumentale Kompetenzen:  Der Studierende erkennt den Einsatz derivativer Finanzinstrumente für das Risikomanagement.  Der Studierende berechnet die zur Unternehmensbewertung nach der DCF-Methode relevanten Renditeforderungen der Kapitalgeber auf Basis der modernen Investitions- und Kapitalmarkttheorie.  Das Modul vermittelt folgende systemische Kompetenz:  Der Studierende bewertet die Vorteilhaftigkeit und Wertigkeit einer theoretisch fundierten Investitionsentscheidung (insbesondere zur Unternehmensbewertung).
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenhang von Investitions- und Finanzierungsmaßnahmen;</li> <li>• Finanzierungstheorie;</li> <li>• Investitions- und Kapitalmarkttheorie;</li> <li>• Methoden der Unternehmensbewertung, insbesondere DCF-Methode;</li> <li>• Grundlagen derivativer Finanzinstrumente.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ballwieser, W.: Unternehmensbewertung – Prozess, Methoden und Probleme; 3., überarb. Aufl.; Stuttgart; 2011</li> </ul>

Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Breuer, W.; Albach, H. (Hrsg.): Finanzierungstheorie – Eine systematische Einführung, in: Die Wirtschaftswissenschaften; Wiesbaden; 1998</li> <li>• Steiner, M.; Bruns, C.; Stöckl, S.: Wertpapiermanagement: Professionelle Wertpapieranalyse und Portfoliostrukturierung; 10., überarb. Aufl.; Stuttgart; 2012</li> <li>• Zantow, R.; Dinauer, J.: Finanzwirtschaft des Unternehmens – Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements; Pearson Studium, 3., akt. Aufl.; München; 2011 (Grundkenntnisse Finanzierung und Investitionsrechnung)</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>
------------	--

Modul-Nr. / Code	Modul F 2
Modulbezeichnung	Internationales Finanzmanagement
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul kann auch in den Master-Studiengängen Tax and Business Consulting, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik eingesetzt werden, soweit vertiefte Kenntnisse der Unternehmensfinanzierung vorliegen. Der erfolgreiche Abschluss des Moduls F 1 „Corporate Finance“ bzw. eines vergleichbaren Moduls in den genannten Studiengänge sollte dabei vorausgesetzt werden.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Olaf Streuer
Name der / des Hochschullehrers	Prof. Dr. Olaf Streuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium
SWS	4 SWS
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziel des Moduls	Die Studierenden erwerben die Fähigkeit, grundlegende finanzwirtschaftliche Problemstellungen, die sich im Zusammenhang mit den globalen Verflechtungen international agierender Unternehmen ergeben, zu analysieren und entsprechende Lösungsansätze in Bezug auf das internationale Finanzmanagement zu entwickeln. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 50%; Methodenkompetenz: 20%; Systemkompetenz: 20%; Sozialkompetenz: 10%.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rahmenbedingungen des internationalen Finanzmanagements (insbes. Währungssysteme, Devisenmärkte, finanzwirtschaftliche Risiken und Besteuerung international agierender Unternehmen)</li> <li>- Grenzüberschreitende Investitions- und Finanzierungsentscheidungen</li> <li>- Exportfinanzierung und internationales Working Capital Management</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, seminaristischer Unterricht mit Übungen und Fallbeispielen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre / zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Bösch, Martin</i>, Internationales Finanzmanagement: Rahmenbedingungen, Investitionen, Finanzierung und Risikomanagement, Schäffer-Poeschel</li> <li>- <i>Eiteman, David K. / Stonehill, Arthur I. / Moffet, Michael H.</i>, Multinational Business Finance, Pearson</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Shapiro, Alan C.</i>, Multinational Financial Management, Wiley</li> <li>- <i>Sperber, Herbert / Sprink, Joachim</i>, Finanzmanagement internationaler Unternehmen: Grundlagen – Strategien – Instrumente, Kohlhammer</li> </ul> Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.
--	---

Modul-Nr./Code	Modul F 3
Modulbezeichnung	Beteiligungsfinanzierung/ Betriebliche Finanzierungsmixplanung
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Finanzierung“; Abschluss des Bachelor-Kompetenzfeldes „Finanzmanagement/ Finanzdienstleistungen“ empfehlenswert.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul kann auch in anderen wirtschaftsnahen Master-Studiengängen eingesetzt werden, in denen fortgeschrittene Kenntnisse der Unternehmensfinanzierung erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. rer. oec. habil. Stephan Neuber Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. rer. oec. habil. Stephan Neuber Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Müller
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erkennen vor dem Hintergrund einer ungenügenden Eigenkapitalausstattung vieler Unternehmen und der unter dem Stichwort Basel III gefassten Restriktionen für Kreditinstitute, dass ein Bedarf an flexiblen Lösungen zur Eigenkapitalfinanzierung dieser Unternehmen besteht. Sie sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen und Lehrmeinungen zu diesen Lösungen der Eigenkapitalbeschaffung nachzuvollziehen und zu diskutieren. Sie beschäftigen sich darüber hinaus mit alternativen Möglichkeiten der Kapitalaufbringung, um hieraus Modelle der Kapitalbeschaffung unter bestimmten Optimalitätskriterien abzuleiten.</p> <p>Auf dieser Grundlage entwickeln die Studierenden eigene Ideen zur Eigenkapitalbeschaffung in (Mittelstands-) Unternehmen. In Fallbeispielen kombinieren sie diese Vorschläge zur Beteiligungsfinanzierung so mit anderen Finanzierungsformen, dass sie für das jeweilige Unternehmen unter den vorgegebenen Kriterien zu einer optimalen Finanzstruktur gelangen. Die Studierenden besitzen damit die Kompetenz, mit Fachvertretern Ideen, Probleme und Lösungen zur (Eigen-) Kapitalbeschaffung auf wissenschaftlichem Niveau auszutauschen.</p> <p>Diese Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz 40%, Methodenkompetenz 20%, Systemkompetenz 30%, Sozialkompetenz 10%</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• klassische Beteiligungsfinanzierung emissionsfähiger Unternehmen;</li> <li>• Beteiligungsfinanzierung über Venture Capital - bzw. Private Equity Gesellschaften und Business Angels</li> <li>• Exitvarianten von Venture Capital Gesellschaften aus dem Portfoliounternehmen (unter Berücksichtigung des Börsenganges);</li> <li>• Klassische und kapitaltheoretische Konzepte zur</li> </ul>

	Abstimmung von Kapitelbedarf und Kapitelbeschaffung <ul style="list-style-type: none"> <li>Entscheidungsmodelle zur Optimierung der Unternehmensfinanzierung</li> </ul>
Lehr und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Übung, durch Dozenten begleitete Behandlung von Fallbeispielen; Präsentation von Ergebnissen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge: 2
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brettel, M.; Kaufmann, C.; u.a.: Private Equity-Investoren; Stuttgart; 2008</li> <li>Jugel, S.: Private Equity Investments – Praxis des Beteiligungs-managements; 2., akt. und erw. Aufl.; Wiesbaden; 2008</li> <li>Perridon, L.; Steiner, M.: Finanzwirtschaft der Unternehmung; München; 2012</li> <li>Stadler, W.: Venture Capital und Private Equity; Köln; 2010</li> <li>Stiefl, J.: Finanzmanagement; München, Wien; 2008</li> </ul> (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)

Modul-Nr. / Code	Modul F 4
Modulbezeichnung	Hauptseminar Finanzmanagement
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Finanzierung“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	-----
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Olaf Streuer
Name der / des Hochschullehrers	Prof. Dr. Olaf Streuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	8 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	240 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 176 Stunden auf begleitendes Selbststudium
SWS	4 SWS
Art der Prüfung / Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	8 / 90
Qualifikationsziel des Moduls	Selbständige, kritische Analyse einer ausgewählten Thematik sowie sichere Präsentation der Ergebnisse. Durch die zusätzliche Diskussion bzw. Verteidigung der Ergebnisse soll die Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten und soziale Kompetenzen gefördert werden. Darüber hinaus sollen durch die vertiefende Analyse der betrachteten Thematik die Fähigkeit verbessert werden, mögliche Entwicklungstrends im Themenfeld der Unternehmensfinanzierung abzuleiten und zu bewerten. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 40%; Methodenkompetenz: 30%; Systemkompetenz: 20%; Sozialkompetenz: 10%.
Inhalte des Moduls	Es werden wechselnde aktuelle finanzwirtschaftliche Themenschwerpunkte bearbeitet. Ziel ist die eigenständige wissenschaftliche Analyse einer ausgewählten Thematik. Die Ergebnisse dieser Arbeit werden im Rahmen eines Vortrags dem Teilnehmerkreis präsentiert. Den Studierenden sollen sich dabei zudem durch das Vertiefen von Forschungsmethoden und das Kennenlernen spezifischer Forschungsfragen auf ihre Masterarbeit vorbereiten. Die Arbeiten sollen generell einen bewerteten Überblick über die relevante Forschungslandschaft des jeweiligen - idealerweise aber nicht notwendigerweise bereits nahe am Thema der Masterarbeit liegenden - Themengebiets geben.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete weitgehend selbständige wissenschaftlich fundierte

	Analyse von finanzwirtschaftlichen Themen, Diskussion / Verteidigung von Ergebnissen.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Bösch, Martin</i>, Finanzwirtschaft: Investition, Finanzierung, Finanzmärkte und Steuerung, Vahlen</li> <li>- <i>Brealy, Richard A. / Myers, Stewart C. / Allen, Franklin</i>, Principles of Corporate Finance, Mc Graw Hill</li> <li>- <i>Copeland, Thomas E. / Weston, Fred J. / Shastri, Kuldeep</i>, Finanzierungstheorie und Unternehmenspolitik: Konzepte der kapitalmarktorientierten Unternehmensfinanzierung, Pearson</li> <li>- <i>Gräfer, Horst / Schiller, Bettina / Rösner, Sabrina</i>, Finanzierung – Grundlagen, Institutionen, Instrumente und Kapitalmarkttheorie, Erich Schmidt Verlag</li> <li>- <i>Perridon, Louis / Steiner, Manfred / Rathgeber, Andreas</i>, Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen</li> <li>- <i>Ross, Steward A. / Westerfield, Randolph W. / Jordan, Bradford D.</i>, Fundamentals of Corporate Finance, McGraw Hill</li> </ul> <p>Verwendet wird jeweils die aktuellste Auflage.</p>

Modul-Nr./ Code	Modul M1
Modulbezeichnung	Internationales Marketing
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Marketing und Vertrieb“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Marketing und Vertrieb“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Geöffnet für andere Masterstudiengänge. Das Modul kann in wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wichtige Fragestellungen der internationalen Marktbearbeitung kennen lernen,</li> <li>• Die Bedeutung kulturspezifischer Unterschiede im Kaufverhalten erkennen und verstehen</li> <li>• die Anforderungen an internationale Vermarktungskonzepte im Kontext von Unternehmensstrategie und Unternehmensorganisation erkennen</li> <li>• alternative strategische Konzepte zur internationalen Markterschließung kennen und beurteilen</li> <li>• Die Besonderheiten im internationalen Marketingmix erkennen</li> <li>• für gesellschaftliche und ethische Fragestellungen im internationalen Marketing sensibilisiert werden</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:          Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20;          Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.</p>

Inhalte des Moduls	Lehrveranstaltungen aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kultur und Internationales Marketing</li> <li>- Internationale Marktforschung</li> <li>- Die Bedeutung der deutschen Auslandshandelskammern für die Internationale Markterschließung</li> <li>- Internationale Marketingstrategien</li> <li>- Kleinunternehmen im Internationalen Marketing</li> <li>- Ausgewählte Probleme der Produkthaftung</li> <li>- Internationales Marketingmix</li> <li>- Ethik, Globalisierungskritik und internationales Marketing</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete Behandlung von Fallbeispielen; Präsentation von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 30
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Backhaus, K.; Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. überarb. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2010. Meffert, H.; Burmann, Ch.; Becker, CH: Internationales Marketing-Management, 4. überarb. Aufl., Stuttgart Kohlhammer 2010 Keegan, W. J.; Schlegelmilch, B. B.; Stöttinger, B.: Globales Marketing-Management, München, Wien: Oldenbourg 2002

Modul-Nr./ Code	M2
Modulbezeichnung	Lebensstil und Konsumverhalten
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Schwerpunktes „Marketing und Vertrieb“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Schwerpunktes Marketing und Vertrieb
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Gebiet Lebensstil und Konsumverhalten. Es kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Joachim Winkler
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Joachim Winkler
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 (64 Präsenz, 116 Selbststudium, Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/168*0,9
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die sozialen und psychologischen Grundlagen und Determinanten des Konsumverhaltens zu erkennen. Auf dieser Grundlage sollen sie befähigt sein, Marketingstrategien zu entwickeln. Sie entwickeln ein Verständnis für die Diversifikation der Lebensstile. Sie erlernen Methoden der Erfassung von Lebensstilen und des Konsumverhaltens.  Fachkompetenz 60, Methodenkompetenz 10, Systemkompetenz 10, Sozialkompetenz 20
Inhalte des Moduls	Aktuelle Entwicklungen in der Lebensstil- und Konsumforschung Klassische Ansätze zum Lebensstil (Thorstein Veblen, Max Weber, Georg Simmel) Neuere Ansätze zum Lebensstil (Sinus-Institut, Gerhard Schulze, Pierre Bourdieu) Grundlagen des Konsumentenverhaltens Methoden der Konsumforschung und der Lebensstilforschung Neurowissenschaftliche Aspekte des Konsumentenverhaltens
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Besuch von Werbeagenturen, Gastvorträge, Entwicklung von online-Lehreinheiten
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Kroeber-Riel, Werner, Peter Weinberg und Andrea Gröppel-Klein: Konsumentenverhalten, München 2003 Roessel, Jörg, Gunnar Otto (Hrsg.): Lebensstilforschung, Wiesbaden 2011  (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)

Modul-Nr./ Code	Modul M3
Modulbezeichnung	Hauptseminar Marketing und Vertrieb
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Marketing und Vertrieb“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Marketing und Vertrieb“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Geöffnet für Studierende des Schwerpunkts. Das Modul kann in wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Christian Feuerhake
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	8 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	240 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 180 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	Selbständige, kritische Analyse einer ausgewählten Thematik sowie sichere Präsentation der Ergebnisse. Durch die zusätzliche Diskussion bzw. Verteidigung der Ergebnisse soll die Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten und soziale Kompetenzen gefördert werden. Darüber hinausgehend sollen durch die tiefgehende Analyse der betrachteten Thematik Fähigkeiten verbessert werden, zukünftige Entwicklungstendenzen im Marketing-Management abzuleiten. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 40; Methodenkompetenz: 30; Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.
Inhalte des Moduls	Es werden wechselnde aktuelle Themenschwerpunkte im Bereich des Marketings bearbeitet. Ziel ist die eigenständige wissenschaftliche Analyse einer ausgewählten Thematik. Die Ergebnisse dieser Arbeit werden im Rahmen eines Vortrags dem Teilnehmerkreis präsentiert. Die erarbeiteten Ergebnisse dienen dabei auch als Grundlage für weitergehende Analysen im Seminar.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete weitgehend selbständige wissenschaftlich fundierte Analyse von Marketingthemen, Diskussion / Verteidigung von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 30
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Analyse der selbstgewählten Thematik unter besonderer Berücksichtigung der marketingspezifischen Fachzeitschriften wie z.B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Journal of Marketing Research JMR</li> <li>• Journal of Marketing</li> <li>• Journal of International Marketing</li> <li>• Marketing. Zeitschrift für Forschung und Praxis ZFP</li> <li>• Jahrbuch der Absatz und Verbrauchsforschung</li> <li>• THEXIS – Fachzeitschrift für Marketing</li> <li>• Absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing</li> </ul>



Modul-Nr./ Code	Modul P1
Modulbezeichnung	Personalführung
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art des Moduls	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Personal und Organisation“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	---
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet der Personalführung. Es kann auch in anderen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen der Personalführung erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4 SWS, davon 2 SWS Vorlesung, 1 SWS seminaristischer Unterricht und 1 SWS Übung
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	Der Kurs vermittelt notwendige Kenntnisse und Fähigkeiten für die Arbeit in operativen Führungsfunktionen. Die Studierenden sind in der Lage, selbständig geeignete Führungsmethoden situationsgerecht auszuwählen sowie entsprechende Handlungskonsequenzen abzuleiten und anzuwenden. Sie sind darüber hinaus in der Lage, ihr Führungsverhalten stets an sich ändernde unternehmerische Rahmenbedingungen und betriebliche Wertschöpfungsprozesse anzupassen. Die Studierenden besitzen die Kompetenz operative Führungsentscheidungen selbständig und unter Berücksichtigung möglicher Ergebnisszenarien durchzuführen, logisch zu begründen und in bilateraler sowie multilateraler Interaktion zu vertreten. Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten: Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20; Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Entwicklungen in der Führungsforschung</li> <li>• Motivationstheorien und operative Motivationstechniken</li> <li>• Führungstheorien, -techniken und -stile sowie ihre Bedeutung und Wirkung im unternehmerischen Tagesgeschäft</li> <li>• Erklärungsmodelle für menschliches Verhalten in unternehmensinternen und -externen Kooperationsbeziehungen</li> <li>• Führung im internationalen Kontext: virtuelle, multilokale und dislokale Teams</li> <li>• Mitarbeiterführung und Prozessmanagement</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (einschließlich ggf. Online-Module) und seminaristischer Unterricht, Exkursion (optional) sowie Gastvorträge (optional)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frese, Erich; Graumann, Matthias, et al.: "Grundlagen der Organisation : Entscheidungsorientiertes Konzept der Organisationsgestaltung"</li> <li>• Jost, Peter-Jürgen: "Organisation und Motivation : eine ökonomisch-psychologische Einführung"</li> <li>• Kirchgässner, Gebhard: "Homo oeconomicus : das ökonomische Modell individuellen Verhaltens und seine Anwendung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften"</li> <li>• von Schubert, Andreas: „kundenorientierte Personalführung“</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul P2
Modulbezeichnung	Veränderungsmanagement
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art des Moduls	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Personal und Organisation“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	---
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul legt die Grundlagen für das Wissensgebiet des Veränderungsmanagements. Es kann auch in anderen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Grundlagen der Personalführung erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 116 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4 SWS, davon 2 SWS Vorlesung, 1 SWS seminaristischer Unterricht und 1 SWS Übung
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Der Kurs vermittelt notwendige Kenntnisse und Fähigkeiten für die erfolgreiche Planung, Umsetzung und Kontrolle notwendiger Veränderungsmaßnahmen im Unternehmen. Die Studierenden sind in der Lage, äußere und innere Einflussfaktoren zu analysieren und in ihrer Wirkungsweise zu bewerten. Die Studierenden sind darüber hinaus in der Lage, Widerstände gegen die Maßnahmen zu antizipieren und mit Hilfe geeigneter Methoden und Techniken erfolgreich zu überwinden. Die Studierenden besitzen die Kompetenz operative Managemententscheidungen in Phasen der unternehmerischen Veränderung und Anpassung auf sich verändernde Rahmenbedingungen sowie in organisationalen Transitionsphasen allgemein selbständig und unter Berücksichtigung möglicher Ergebnisszenarien durchzuführen, logisch zu begründen und in bilateraler sowie multilateraler Interaktion zu vertreten.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20;  Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktuelle Ansätze der interdisziplinären Forschung zum Management unternehmerischer und betrieblicher Veränderungsmaßnahmen</li> <li>• Strategische und operative Ursachen von Veränderungen im Unternehmen</li> <li>• Planung und phasenweise Umsetzung von Veränderungsmaßnahmen</li> <li>• Ursachen von und Umgang mit Widerständen gegen unternehmerische Veränderungsmaßnahmen</li> <li>• Ursachen und Wirkungsweisen von Stress sowie Methoden der Kommunikation</li> <li>• Unternehmerische und individuelle Perspektiven des Veränderungserfolgs</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung (einschließlich ggf. Online-Module) und seminaristischer Unterricht, Exkursion (optional) sowie Gastvorträge (optional)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jost, Peter-Jürgen: "Organisation und Koordination : eine ökonomische Einführung"</li> <li>• Kotter, John P.: "Leading Change : wie Sie Ihr Unternehmen in acht Schritten erfolgreich verändern"</li> <li>• Morgan, Gareth: "Bilder der Organisation"</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sackmann, Sonja A.: "Unternehmenskultur : Erkennen - Entwickeln - Verändern"</li> <li>• Williamson, Oliver E.: "Transaction cost economics: how it works; where it is headed"</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>
--	---

Modul-Nr./ Code	Modul P3
Modulbezeichnung	Hauptseminar Personal und Organisation
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art des Moduls	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Personal und Organisation“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	---
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul wendet Kenntnisse und Kompetenzen aus den Wissensgebieten der Personalführung und des Veränderungsmanagements an. Es kann auch in anderen Studiengängen eingesetzt werden, in denen die entsprechenden Grundlagen gelegt worden sind.
Modulverantwortlicher / Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Andreas von Schubert
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	8 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	240 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzveranstaltungen (einschl. Online-Unterricht) und 176 Stunden auf begleitendes Selbststudium inkl. Seminarvorbereitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4 SWS, davon 2 SWS seminaristischer Unterricht und 2 SWS Übung
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: PA oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Im Rahmen des Moduls werden die notwendigen theoretischen und praktischen Kenntnisse für die selbständige Entwicklung einer integrativen Personalmanagementstrategie vermittelt und mit Fallbeispielen vertieft.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, wesentliche Aspekte einer die Unternehmensstrategie unterstützenden Personalstrategie zu ermitteln und mit wirkungsvollen Maßnahmen zu untermauern. Hierfür erarbeiten die Studenten fachliche und methodische Kompetenzen aus dem Bereich der Personalführung und des Veränderungsmanagements.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten darüber hinaus systemische Kompetenzen und Sozialkompetenzen, um auch die weichen Faktoren der Personalmanagementstrategie antizipativ erkennen und beeinflussen zu können.</p> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:      Fachkompetenz: 30; Methodenkompetenz: 30;      Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 20.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategisches und operatives Zielgruppenmanagement aus Sicht des Personalmanagements: Geschäftsleitung, Führungskräfte, Mitarbeiter, Betriebsrat, Bewerber, Gewerkschaften, Gesellschaft/Staat</li> <li>• Personalarbeit im gesellschaftlichen und unternehmenspolitischen Kontext</li> <li>• Positionierung des Personalmanagements als Werttreiber im Unternehmen</li> <li>• Gesundheitsmanagement und Ansatzpunkte für Unternehmen zur Reduzierung des Krankenstands</li> <li>• Methoden der strategischen und internationalen Personalentwicklung und Personalplatzierung</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht (einschließlich ggf. Online-Module), Übungen, Exkursion (optional) sowie Gastvorträge (optional)

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hummel, Thomas R. "Internationale Personalentwicklung : Grundlagen und Perspektiven", Auflage,</li> <li>• Stock-Homburg, Ruth; Wolff, Birgitta "Strategisches Personalmanagement"</li> <li>• Uhle, Thorsten; Treier, Michael: "Betriebliches Gesundheitsmanagement"</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul MC
Modulbezeichnung	Marketingcontrolling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Controlling“ und/oder „Marketing und Vertrieb“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Controlling“ oder „Marketing und Vertrieb“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul baut auf grundlegenden Controllingkenntnissen auf und erweitert diese auf controllingrelevante Problemstellungen aus dem Marketingbereich. Es ist in allen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kai Heuer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Kai Heuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder PA oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zu Inhalten und Methoden des Marketing- und Vertriebscontrollings;</li> <li>• Beherrschung spezifischer Methoden und Techniken des Controllings sowie Fähigkeit des Aufbaus und Umsetzung eines Controllingkonzepts im Marketing- und Vertriebsbereich;</li> <li>• Überblick über aktuelle Methoden und Themen und praktisches Verständnis.</li> <li>• Die Veranstaltung kombiniert Vortrag, Lerngespräche, und begleitete Phasen des individuellen und gemeinschaftlichen „Selbstlernens“.</li> <li>• Zielsetzung ist es, neben der Wissensverbreiterung und -vertiefung die Anwendungskompetenz durch Fall- und Aufgabenbearbeitung zu fördern.</li> <li>• Weiter soll den Studierenden Raum für die Erprobung und Weiterentwicklung ihrer persönlichen Kompetenzen (Handlungs- und Sozialkompetenz) gegeben werden.</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:  Fachkompetenz: 40%, Sozialkompetenz: 20%  Methodenkompetenz: 20%, Systemkompetenz: 20%.</p>
Inhalte des Moduls	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ziele und Aufgaben des Marketing- und Vertriebscontrollings</li> <li>2. Strategisches Vertriebscontrolling und dessen Instrumente, z.B. Frühwarn-/ Monitoringsysteme , Konkurrenz-/ Branchenanalyse, Kundenwert-Controlling (Customer-Lifetime-Value), Beschwerdemanagement</li> <li>3. Operatives Vertriebscontrolling und dessen Instrumente, z.B. Absatzsegmentrechnung, Außendienststeuerung, Break-Even-Analyse, Kennzahlen/ -systeme, Verkaufserfolgsanalyse, Prozesskostenrechnung</li> </ol>

	<p>4. Strategisches Marketingcontrolling und dessen Instrumente, z.B. Erfahrungskurvenanalyse, Marktsegmentierungsstudien Potentialanalyse, Scoring-Modelle, strategische Portfolioanalyse, Szenariotechnik</p> <p>5. Operatives Marketingcontrolling und dessen Instrumente, z.B. Distributionserfolgsanalysen, Markenwertanalyse, Messe-/ Eventerfolgsanalyse, operative Sortimentsanalyse</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht und Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 50
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Aaker, D.A./McLoughlin, D.: Strategic Market Management, Chichester: Wiley 2010.</p> <p>Link, J./Weiser, C.: Marketing-Controlling, 3. Aufl., München: Vahlen Verlag 2011.</p> <p>Reinecke, S./Janz, S.: Marketingcontrolling, Stuttgart: Kohlhammer Verlag 2007.</p> <p>Zerres, C./Zerres, M.P.: Handbuch Marketing-Controlling, 3. Aufl., Berlin: Springer Verlag 2006.</p> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul FC
Modulbezeichnung	Finanzcontrolling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Finanzierung“ oder „Controlling“
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Finanzierung“ oder „Controlling“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul kann auch in den Master-Studiengängen Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik eingesetzt werden, in denen fortgeschrittene Kenntnisse der Unternehmensfinanzierung erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. sc. oec. Norbert Schuppan
Name der/ des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. sc. oec. Norbert Schuppan
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden erlangen die Kompetenz, die Zusammenhänge von Finanzierungen und Risikobewertung/ -steuerungen zu erkennen und auf dieser Grundlage Risiken zu interpretieren und zu bewerten.</p> <p>Sie sind befähigt, die Methoden und Techniken der Businessplanung fokussiert auf die GuV-Planung und die Finanzplanung in kurz-, mittel- und langfristigen Zeithorizonten praktisch anzuwenden sowie die praktischen Möglichkeiten der stochastischen Planung im Hinblick auf die Bewertung der Planungsergebnisse sowie die Nutzung zum Zweck des Ratings zu erkennen.</p> <p>Die Studierenden kennen spezielle Möglichkeiten der Finanzierung und sind befähigt, diese in Abhängigkeit von spezifischen Finanzierungssituationen des Unternehmens differenziert anzuwenden.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Risiko und Methoden der Risikoanalyse bei der Finanzierungsmixplanung;</li> <li>• Methoden und Techniken der integrierten Businessplanung unter Nutzung differenzierter</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendenzen der methodischen Entwicklung zu stochastischen Planungsansätzen;</li> <li>• spezielle Formen der Unternehmensfinanzierung/ Finanzprodukte und ihre Nutzung im Finanzcontrolling;</li> <li>• Finanzierung über Single Purpose Company;</li> <li>• Termingeschäfte zum Hedgen von Geschäftspositionen.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Vorlesung, komplexe Fallbeispiele (PC-Übungen)
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hilpold, C.; Kaiser, D. G.: Alternative Investment-Strategien – Einblick in die Anlagetechniken der Hedgefonds-Manager; Weinheim; 2005</li> <li>• Peemüller, V. H.: Controlling – Grundlagen und Einsatzgebiete; 5. Auflage; Herne, Berlin; 2005</li> <li>• Schuppan, N.: Globale Rezession – Ursachen, Zusammenhänge, Folgen; Wismar; 2011</li> <li>• von Känel, S.: Finanzierung und Rating; NWB-Lernsoftware Betriebswirtschaft; Version 1.0; 2008</li> <li>• Zantow, R.: Finanzierung – Die Grundlagen modernen Finanzmanagements; München; 2004</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul PC
Modulbezeichnung	Personalcontrolling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Controlling“ und/oder „Personal und Organisation“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl des Studienschwerpunktes „Controlling“ oder „Personal und Organisation“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul baut auf grundlegenden Controllingkenntnissen auf und erweitert diese auf controllingrelevante Problemstellungen aus dem Personalbereich. Es ist in allen wirtschaftsnahen Studiengängen verwendbar.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Kai Heuer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Kai Heuer
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	180 Std.
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung; K 120 oder APL
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6/90
Qualifikationsziele des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnisse zu Inhalten und Methoden des Personal-Controllings.</li> <li>• Beherrschen spezifischer Methoden und Techniken des Controllings sowie Fähigkeit des Aufbaus und Umsetzung eines Controllingkonzepts im Personalbereich.</li> <li>• Personal-Controlling als Querschnittsfunktion zu verstehen, welche alle Planung, Steuerung, Kontrolle und Informationsversorgung aller personalwirtschaftlichen Maßnahmen unterstützt.</li> <li>• Personalarbeit hinsichtlich Kosten, Effizienz und Effektivität bewerten zu können und Verbesserungsvorschläge zu entwickeln.</li> <li>• Die Veranstaltung kombiniert Vortrag, Lerngespräche, und begleitete Phasen des individuellen und</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zielsetzung ist es, neben der Wissensverbreiterung und -vertiefung die Anwendungskompetenz durch Fall- und Aufgabenbearbeitung zu fördern.</li> <li>• Weiter soll den Studierenden Raum für die Erprobung und Weiterentwicklung ihrer persönlichen Kompetenzen (Handlungs- und Sozialkompetenz) gegeben werden.</li> <li>• Besonderheiten, Grenzen und Terminologien zum Personal-Controlling zu kennen und darzustellen.</li> <li>• Aufbauend auf dem Wissen, welches normalerweise auf Bachelor-Ebene besteht, Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden.</li> <li>• sich neues Wissen und Können selbständig aneignen, integrieren und mit Komplexität umgehen.</li> <li>• Weitgehend selbstgesteuert eigenständige anwendungs- oder forschungsorientiert Projekte durchführen.</li> <li>• Schlussfolgerungen hieraus und die diesen zugrunde liegenden Informationen in klarer und eindeutiger Weise auf wissenschaftlichem Niveau zu vermitteln.</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:          Fachkompetenz: 50%, Sozialkompetenz: 20%          Methodenkompetenz: 20%, Systemkompetenz: 10%.</p>
Inhalte des Moduls	6. Ziele und Aufgaben des Personal-Controllings und Begriffsabgrenzungen, 7. Ausgewählte Instrumente des qualitativen Personalcontrollings besonders in den Bereichen Personalmarketing und -entwicklung, Qualitätssicherung, Führung und Mitarbeiter wie Personalbeurteilung, Assessment-Center, Personal-Portfolios, Mitarbeiterbefragungen und Human-BSC 8. Ausgewählte Instrumente des quantitativen Personalcontrollings wie Personalkosten(struktur)analyse, Budgetierung, Humanvermögensrechnung, Kennzahlensysteme und prozessorientierte Instrumente. 9. Problembereiche des Personal-Controllings
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht und Präsentationen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge,	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 50
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Schulte, C.: Personal-Controlling mit Kennzahlen, 3. Aufl. München: Vahlen Verlag 2011. Lisges, G./Schübbe, F.: Personalcontrolling, 3. Aufl., Planegg: Haufe Verlag 2009.  (Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)

Modul-Nr./ Code	Modul PM
Modulbezeichnung	Personalmarketing
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul des Studienschwerpunktes „Marketing und Vertrieb“ und/oder „Personal und Organisation“
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	Wahl der Studienschwerpunkte „Marketing und Vertrieb“ oder „Personal und Organisation“
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul kann auch in anderen wirtschaftsnahen Studiengängen eingesetzt werden, in denen Kenntnisse des Personalmarketings erforderlich sind.
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	N.N.
Name der/des Hochschullehrer/s	N.N.
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 60 Stunden auf Präsenzstunden und 120 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modulprüfung: K 120 oder APL

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	<p>Die Studierenden sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Den fächerübergreifenden Ansatz des Personalmarketings kennenlernen und verstehen</li> <li>• Die Bedeutung des Marketingkalküls für personalwirtschaftliche Fragestellungen kritisch und praxisorientiert reflektieren können</li> <li>• Die Instrumente des Personalmarketings kennenlernen und eigenständig auf praktische Fälle anwenden können</li> </ul> <p>Die vermittelten Kompetenzen lassen sich wie folgt gewichten:          Fachkompetenz: 50; Methodenkompetenz: 20;          Systemkompetenz: 20; Sozialkompetenz: 10.</p>
Inhalte des Moduls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internes Marketing</li> <li>• Konzepte der internen und externen Unternehmenskommunikation</li> <li>• Instrumente des Personalmarketings</li> <li>• Employer Branding</li> <li>• Personalmarketing und Internet</li> <li>• Social Media im Personalmarketing</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht als Auftakt, durch Dozenten begleitete weitgehend selbständige wissenschaftlich fundierte Analyse von Fallbeispielen, Diskussion / Präsentation von Ergebnissen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Anzahl der zugelassenen Teilnehmer: 30
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Drumm, H. J.: Personalwirtschaft, 6. überarb. Aufl. (Springer) Berlin, Heidelberg 2008.</li> <li>• Bröckermann, R. / Pepels, W. (Hrsg.): Personalmarketing. Akquisition - Bindung - Freistellung. Schäffer Poeschel Verlag, Stuttgart, 2002.</li> <li>• Jäger, W.; Rolke, L. (Hrsg.): Personalkommunikation. Interne und externe Öffentlichkeit für HR-Themen gewinnen. Wolters Kluwer Deutschland (Luchterhand), Köln, 2011.</li> <li>• Müller-Neuhof, K. / Giehl, W.: Fokus Internal Branding. Vom Mitarbeiter zum Mitmacher. Verlag Wissenschaft &amp; Praxis, Sternenfels, 2004.</li> <li>• Schumacher, F. / Geschwill, R.: Employer Branding. Human Resources Management für die Unternehmensführung. Gabler, Wiesbaden, 2008.</li> <li>• Bernauer, D. et al.: Social Media im Personalmarketing. Erfolgreich in Netzwerken kommunizieren. Wolters Kluwer Deutschland (Luchterhand), Köln, 2011.</li> </ul> <p>(Verwendet wird die jeweils aktuellste Auflage.)</p>

Modul-Nr./ Code	Modul WM 1
Modulbezeichnung	Wahlmodul 1
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaft
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	-----
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	abhängig vom ausgewählten Modul
Name der/ des Hochschullehrer/s	abhängig vom ausgewählten Modul
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.



SWS	abhängig vom ausgewählten Modul
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	abhängig vom ausgewählten Modul
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden haben insbesondere die Möglichkeit, ihre betriebswirtschaftlichen Qualifikationen in den gewählten Kompetenzfeldern zu erweitern und sich im Hinblick auf ihre spätere Berufstätigkeit zu profilieren. Darüber hinaus wird ihnen die Möglichkeit eröffnet, die im Rahmen der Hochschule gebotenen Chancen für interdisziplinäres Arbeiten eigenständig zu nutzen.
Inhalte des Moduls	Zusätzliches Angebot an Master-Modulen der Fakultät Wirtschaftswissenschaften sowie der anderen Fakultäten der Hochschule Wismar, soweit nicht bereits als Modulprüfung im Studienverlauf anerkannt, ggf. auf Zulassung des
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	abhängig vom ausgewählten Modul
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	abhängig vom ausgewählten Modul
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	abhängig vom ausgewählten Modul

Modul-Nr./ Code	Modul WM 2
Modulbezeichnung	Wahlmodul 2
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	ein Semester mit 16 Wochen
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaft
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	-----
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	abhängig vom ausgewählten Modul
Name der/ des Hochschullehrer/s	abhängig vom ausgewählten Modul
Lehrsprache	Das Modul kann auf Deutsch oder Englisch durchgeführt werden.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	180 Stunden, davon entfallen 64 Stunden auf Präsenzstunden und 116 Stunden auf begleitetes Selbststudium inkl. Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung.
SWS	abhängig vom ausgewählten Modul
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	abhängig vom ausgewählten Modul
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 90
Qualifikationsziele des Moduls	Die Studierenden haben insbesondere die Möglichkeit, ihre betriebswirtschaftlichen Qualifikationen in den gewählten Kompetenzfeldern zu erweitern und sich im Hinblick auf ihre spätere Berufstätigkeit zu profilieren. Darüber hinaus wird ihnen die Möglichkeit eröffnet, die im Rahmen der Hochschule gebotenen Chancen für interdisziplinäres Arbeiten eigenständig zu nutzen.
Inhalte des Moduls	Zusätzliches Angebot an Master-Modulen der Fakultät Wirtschaftswissenschaften sowie der anderen Fakultäten der Hochschule Wismar, soweit nicht bereits als Modulprüfung im Studienverlauf anerkannt, ggf. auf Zulassung des
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	abhängig vom ausgewählten Modul
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	abhängig vom ausgewählten Modul
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	abhängig vom ausgewählten Modul

Modul-Nr./ Code	Modul PM 6
Modulbezeichnung	Master-Thesis und Kolloquium
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	Die Bearbeitungszeit für die Master-Thesis beträgt 15 Wochen. Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Master-Thesis sind vom Betreuer so zu begrenzen, dass die Frist zur Bearbeitung der Master-Thesis eingehalten werden kann. Die Dauer des Kolloquiums beträgt mindestens 30 Minuten und höchstens 45 Minuten.
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflichtmodul im Master-Studiengang Betriebswirtschaft, Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss des Studiums.
Häufigkeit des Angebots des Moduls	jährlich, im Sommersemester Die Master-Thesis sollte unmittelbar zu Beginn des dritten Semesters angemeldet werden, anderenfalls gilt sie als mit „nicht ausreichend“ bewertet, es sei denn, die Fristüberschreitung ist von der zu prüfenden Person nicht zu
Zugangsvoraussetzungen	Das Thema der Master-Thesis wird ausgegeben, wenn 54 Credits gemäß Prüfungsordnung nachgewiesen werden können. Zum Kolloquium wird nur zugelassen, wer sämtliche andere Prüfungsleistungen erfolgreich abgelegt hat.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	-----
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Bewertung der Master-Thesis und des Kolloquiums durch zwei Prüfer, von denen mindestens einer nach § 36 Abs. 4 LHG prüfungsberechtigt und an der Hochschule Wismar im Master-Studiengang Betriebswirtschaft tätig sein muss; Betreuung der Master-Thesis durch einen der Prüfer.
Name der/ des Hochschullehrer/s	Die Prüfer werden vom Prüfungsausschuss bestimmt.
Lehrsprache	Die Master-Thesis ist in deutscher oder englischer Sprache abzufassen. Auf Antrag beim Prüfungsausschuss kann die Master-Thesis in einer anderen Sprache verfasst werden; in diesem Fall muss sie eine Zusammenfassung in deutscher oder englischer Sprache enthalten.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	22 Credits (17 Credits Master-Thesis + 5 Credits Kolloquium) Voraussetzung für die Vergabe der entsprechenden Leistungspunkte ist das erfolgreiche Bestehen der Master-Thesis und des Kolloquiums mit mindestens „ausreichend“.
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	660 Stunden, davon entfallen 510 Stunden auf die selbstständige schriftliche und betreute Ausarbeitung eines Themas sowie 150 Stunden auf die Vorbereitung und Durchführung eines Kolloquiums.
SWS	abhängig von Thema und Umfang der Prüfungsleistungen
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Master-Thesis in Papierform in dreifacher Ausführung sowie in elektronischer Form; anschließende, i.d.R. hochschulöffentliche Präsentation in Form eines Kolloquiums.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	Die Note des Kolloquiums ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Sie geht mit einem Anteil von 25% in die Note für die Master-Thesis ein. Wird das Kolloquium mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, führt das zu einer Gesamtbewertung „nicht ausreichend“ (5,0).
Qualifikationsziele des Moduls	Der Anspruch eines Masterstudiums ist es, neben der fachspezifischen Vermittlung von berufspraktischen Inhalten, Studierende zur selbstständigen wissenschaftlichen und interdisziplinären Recherche und Problemanalyse zu befähigen. Im Rahmen der Master-Thesis soll dokumentiert werden, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches Problem selbstständig mit dem im Studium erlernten Fach- und Methodenwissen nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten sowie einen Themenbereich vertieft analysieren und weiterentwickeln zu können sowie gewonnene Ergebnisse in die wissenschaftliche und fachpraktische Diskussion einzuordnen. Die Master-Thesis wird durch das Kolloquium ergänzt. Im Rahmen des Kolloquiums soll festgestellt werden, ob die Studierenden in der Lage sind, die Ergebnisse ihrer Master-Thesis in überzeugender Weise, unter Berücksichtigung der fachlichen Grundlagen und interdisziplinären Zusammenhänge, mündlich zu präsentieren und selbstständig zu begründen sowie gegebenenfalls die Bedeutung für die Praxis mit einzubeziehen.

Inhalte des Moduls	<p>Themenfindung der Master-Thesis erfolgt in Absprache mit dem Betreuer unter Berücksichtigung folgender Punkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einordnung in den Studiengang,</li> <li>• Umfang,</li> <li>• wissenschaftlicher Anspruch,</li> <li>• Praxisrelevanz,</li> <li>• ausreichendes Vorhandensein entsprechender Literatur. Das Kolloquium behandelt das Thema der jeweiligen Master- Thesis der Studierenden sowie angrenzende, das Studium betreffende Inhalte.</li> </ul> <p>Es handelt sich um eine praxisbezogene theoretische Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus einem Teilgebiet des Masterstudiums.</p> <p>Die Master-Thesis sollte inhaltlich anspruchsvoll, wissenschaftlich theoretisch fundiert und zugleich praxisbezogen ausgerichtet sein.</p> <p>Mit Hilfe der Analyse und Auswertung aktueller Erkenntnisse des Fachgebietes sollen die Studierenden auf der Basis ihres Wissens eigene Standpunkte aufstellen, Lösungsansätze entwickeln und diese in geeigneter Weise darstellen. Wesentlicher Inhalt des Kolloquiums ist die mündliche Präsentation der Inhalte und Ergebnisse der vorangegangenen Master-Thesis der Studierenden. Im Anschluss an die mündliche Präsentation erfolgt eine Diskussion über eventuelle Unklarheiten oder Schwachstellen der Thesis sowie über themenübergreifende, das Studium betreffende Inhalte.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	<p>Bei der Master-Thesis handelt es sich um die eigenständige, durch Beratung unterstützte, individuelle Verfassung einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit.</p> <p>Das Kolloquium findet in Form einer hochschulöffentlichen Veranstaltung statt, sofern der/ die Studierende nicht widerspricht bzw. das jeweilige Thema unter Ausschluss der Öffentlichkeit behandelt werden muss.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<p>Jeder Studierende des Master-Studiengangs Betriebswirtschaft ist dazu berechtigt, eine Master-Thesis anzufertigen, sofern er die Voraussetzungen für die Zulassung erfüllt.</p> <p>Jeder Studierende, der die Master-Thesis erfolgreich bestanden hat, wird zum Kolloquium zugelassen.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/ zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Die zur Anfertigung der Master-Thesis benötigte Literatur ist von den Studierenden selbstständig zu recherchieren und zu besorgen. Dabei sollte auf Angemessenheit, Relevanz und Aktualität sowie auf eine ausreichende Bandbreite geachtet werden, um Vergleichbarkeit und Repräsentativität zu gewährleisten.</p> <p>Für das Kolloquium kann ggf. weiterführende, ergänzende Literatur zu Rate gezogen werden.</p>