Modulhandbuch Master of Arts Business Management

Stand: Wintersemester 2025/2026

Fachhochschule Erfurt
Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr
Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften
Altonaer Straße 25
99085 Erfurt

Präambel

Für den zum Wintersemester 2020/2021 akkreditierten Masterstudiengang Business Management der Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr der Fachhochschule Erfurt beinhaltet dieses Modulhandbuch die

- Studienverlaufsplanung im Ganzen,
- Übersicht der Wahlpflichtmodule nach Studienschwerpunkten sowie die
- Modulbeschreibungen sämtlicher Pflicht- und Wahlpflichtmodule im Einzelnen

Es konkretisiert für diesen Masterstudiengang die Rahmenprüfungs- und Rahmenstudienordnung der Fachhochschule Erfurt (PO-Version 20202) und setzt insbesondere die **Studiengangsspezifischen Bestimmungen (SBs)**, zuletzt geändert mit Wirkung zum **WS 2023/24**, um. Grundsätzlich hat dieses Modulhandbuch nur Informations- und Klarstellungscharakter; maßgeblich sind im Zweifel die SBs zu finden unter:

https://www.fh-erfurt.de/studienorganisation/studienordnungen/fakultaet-wlv

Das Masterprogramm führt nach 4 Fachsemestern zu einem erweiterten berufsqualifizierenden Abschluss, dem Master of Arts (M.A.). Der Studiengang ist modular aufgebaut. Module sind in sich thematisch abgeschlossene Lerneinheiten. Jedem Modul ist eine Anzahl von ECTS-Punkten als Maß für den durchschnittlichen Studieraufwand der Studierenden zugeordnet. ECTS-Punkte werden nur anerkannt, wenn die Modulprüfung erfolgreich abgelegt wurde. Ein ECTS-Punkt entspricht einem durchschnittlichen Studieraufwand (Workload) von 30 Stunden. Die Regelstudienzeit beträgt 4 Semester. Für den erfolgreichen Abschluss des Studiums sind 120 ECTS-Punkte notwendig.

Das Modulhandbuch wird jährlich zum Wintersemester aktualisiert.

Bei Fragen oder Anmerkungen stehe ich Ihnen gern zur Verfügung.

Prof. Dr. iur. Nicole Reill-Ruppe - *Studiengangsleiterin* -

Kontaktdaten:

Fachhochschule Erfurt | Fakultät WLV Altonaer Str. 25, 99085 Erfurt E-Mail: nicole.reill-ruppe@fh-erfurt.de

Telefon: 0361 6700-6141

(Bearbeitungsstand: 15. Oktober 2025)

Studienstruktur/ Modulübersicht

Masterstudiengang **Business Management (Master of Arts)** 1. Semester 2. Semester 3. Semester 4. Semester Wirtschafts-**Modellierung von Empirisches Projekt** privatrecht Geschäftsprozessen MBM2010 | PM | 5 CP MBM1010 | PM | 5 CP MBM3010 | PM | 5 CP Rechnungswesen **Unternehmens-Steuerlehre** Controlling Finanzmanagement praxisprojekt MBM1020 | PM | 5 CP MBM2020 | PM | 5 CP MBM3020 | PM | 5 CP Modul aus Modul aus Modul aus Schwerpunkt (*) Schwerpunkt (*) Schwerpunkt (*) **Masterthesis** It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP MBM4010 | PM | 25 CP (*) verpflichtend eines aus jedem der drei Schwerpunktbereiche zu wählen Modul aus Modul aus Modul aus Schwerpunkt (**) Schwerpunkt (**) Schwerpunkt (**) It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP (**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar Modul aus Modul aus Modul aus Schwerpunkt (**) Schwerpunkt (**) Schwerpunkt (**) It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP It. ÜS | WPM | 5 CP (**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar Volkswirtschaftslehre A Volkswirtschaftslehre B Volkswirtschaftslehre A (Industrieökonomik u. (Public Finance) (Public Finance) MBM1090 | WPM | 5 CP Wettbewerbspolitik) MBM1090 | WPM | 5 CP Kolloquium wahlweise im 1. und 3. MBM2100 | WPM | 5 CP wahlweise im 1. und 3. MBM4020 | PM | 5 CP Semester Semester 1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits Kommunikation A Kommunikation B (Gesprächsführung & (Selbstmanagement & Konfliktmanagement) Gesprächsführung in Beratung) MBM1100 | WPM | 5 CP MBM2110 | WPM | 5 CP 1 Modul in zwei Semestern -> 5 Credits Wahlmodul Wahlmodul Wahlmodul WM I 5 CP WM I 5 CP WM I 5 CP gesamt 15 CP auf Masterniveau aus dem auf Masterniveau aus dem auf Masterniveau aus dem (davon mind. 1 VWL Angebot FHE und anderer HS Angebot FHE und anderer HS Angebot FHE und anderer HS & 1 Kommunikation) wählbar wählbar wählbar 1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits 1 aus 3 = 5 CP 1 aus 3 = 5 CP 1 aus 2 = 5 CP 30 CP 30 CP 30 CP 30 CP gesamt 120 Kreditpunkte (CP)

Legende - Beschriftung unter dem Modulnamen (1) | (2) | (3)

- (1) Modulnummer oder It. ÜS = laut folgender Übersicht
- (2) Modulart: PM = Pflichtmodul, WPM = Wahlpflichtmodul, WP = Wahlmodul
- (3) Anzahl CP = Kreditpunkte

Übersicht Wahlpflichtmodule in den drei Schwerpunkten HRM / OM und MM

Schwerpunkte	Modulname	Modul-Nr.	Semester
	Gestaltungsfelder des Personalmanagements	MBM1030	1
	Arbeitsrecht	MBM2030	2
Human Resource	Gestaltungsfelder der Personalführung uentwicklung	MBM2040	2
Management (HRM)	Innovation & Change	MBM2060	2
	Führung-Gruppe-Motivation-entfällt	MBM3030	3
	Key Areas of International Personnel Management	MBM3040	3
	Supply Chain Management	MBM1040	1
	Business Simulation management Interactive	MBM1050	1
Operations	Innovation & Change	MBM2060	2
Management (OM)	Six Sigma und Lean Management	MBM2070	2
,	Modeligestützte Planung	MBM3050	3
	E-Business	MBM3060	3
	Markt- und Markenmanagement	MBM1060	1
	Planspiel Marketing	MBM1070	1
	Entrepreneurship Management	MBM1080	1
Marketing Management (MM)	Empirische Sozialforschung / Marktforschung	MBM2080	2
	Marketingrecht	MBM2090	2
	Produktmanagement	MBM3070	3
	Internationales Management	MBM3080	3

Qualifikationsziele

Der Masterstudiengang "Business Management" baut konsekutiv auf dem Bachelorstudiengang "Business Administration (Betriebswirtschaftslehre)" der Fachhochschule Erfurt oder einem vergleichbaren Studiengang einer anderen Hochschule auf und führt zu einem erweiterten berufsqualifizierenden Abschluss. Nach der breit angelegten Ausbildung im Bachelorstudiengang, die alle wesentlichen Gebiete der Betriebswirtschaftslehre umfasst, werden im Masterstudiengang Kenntnisse in den Studienschwerpunkten Human Resource Management, Operations Management sowie Marketing Management vermittelt. Eine Schwerpunktsetzung in diesen Vertiefungen ist individuell möglich und wird durch eine Kombination von Wahlpflichtfächern bestimmt.

Der Studiengang führt auf der Basis vertiefter Grundlagen an Probleme, Methoden und Ergebnisse der verschiedenen Gebiete heran. Neben der Vermittlung wissenschaftlich fundierter Kenntnisse und Fähigkeiten soll die Ausbildung auch dazu befähigen, eine Einordnung der eigenen Tätigkeit in das gesellschaftliche Umfeld vornehmen zu können. Das Studium ist auf methodische, wirtschaftliche und soziale Kompetenzentwicklung ausgerichtet und bietet damit die Grundlage für ein hohes Maß an Flexibilität hinsichtlich der Lösung komplexer Aufgaben.

Die Absolvent*innen werden in die Lage versetzt, Wechselwirkungen zwischen den Elementen und Ebenen komplexer, sozioökonomischer Systeme zu erkennen. Sie können Veränderungs- und Anpassungsbedarf in Strukturen und Inhalten in eigenständiger Weise erkennen, einleiten und in ihrer Umsetzung kompetent begleiten.

Das, die einzelnen Studienschwerpunkte übergreifende, Qualifikationsziel besteht in der schrittweisen Herausbildung ganzheitlicher Handlungskompetenz mit dem Anspruch, verschiedene Handlungsfelder nicht isoliert voneinander zu betrachten, sondern im Zusammenhang (Personal, Produktion, Marketing, als auch z.B. innerhalb des Marketings).

Dies bedeutet insbesondere:

die sichere Beherrschung der relevanten Fachinhalte und Methoden	K1
 die Fähigkeit, wirtschaftliche Entwicklungsprozesse einzuleiten oder zu erkennen, ihre Folgen einzuschätzen und begründete Entscheidungen daraus abzuleiten bzw. Entscheidungsvorlagen zu entwickeln 	K2
 die Beherrschung relevanter Managementtechniken, Entscheidungsunterstützung basierend auf aktuellen und wissenschaftlich anerkannten Methoden 	К3
die Beherrschung komplexer Prüfungs- und Analyseaufgaben	K4
 die Vertrautheit im Umgang mit Methoden wissenschaftlichen Arbeitens, um Ergebnisse folgerichtig herleiten und widerspruchsfrei interpretieren zu können; Fähigkeit zu selbstständiger qualifizierter wissenschaftlicher Tätigkeit 	K5

Die Absolvent*innen

können im Management von Unternehmen interdisziplinär zusammenarbeiten	K6
sind in der Lage betriebswirtschaftliche Fragestellungen analytisch zu durchdringen	K7
besitzen Problemlösungskompetenz	K8
 denken funktions- und prozessorientiert 	K9
 können wissenschaftliche Erkenntnisse auf neuartige Problemstellungen übertragen (Transferkompetenz) und formulieren sowie konkretisieren (operationalisieren) Ziele unterschiedlicher Ebenen 	K10
 besitzen Führungskompetenzen, d.h. sie verfügen insbesondere über eine differenzierte Wahrnehmungsfähigkeit und Methodenkompetenz für Prozesse der Motivation, Konfliktbewältigung und interpersonaler Kommunikation 	K11
• verfügen über Kommunikations- und Kreativitätstechniken, können in Gruppen arbeiten	K12



Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung	
MBM1010	Wirtschaftsprivatre (Private Business La	recht - Unternehmensrecht aw)		
	Studiengang	MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Nicole Reill-Ruppe	
Modulart	Pflichtmodul	
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe	
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester	
Credits (ECTS)	5	
Leistungsnachweis	Hausarbeit mit Vortrag (Gewichtung: HA 70 % und Vortrag 30%)	
Unterrichtssprache	Deutsch	
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundkenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht	
Modul ist Voraussetzung für		
Moduldauer	1 Semester	
Notwendige Anmeldung	Moodle-Einschreibung	
Verwendbarkeit des Moduls	Wahlmodul im Master Finance und Accounting	

			Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	sws	Workload		
Lehrveranstaltung		Dozent*in A				Art	Präsenz	Selbst- studium
1	Aktuelle Fragen des Handels- und Gesell- schaftsrechts	Prof.in Dr. Reill-Ruppe	Seminar mit integriertem Vorlesungs- teil	16	2	4	60	90
2								
3								
4								
5								
	Summe 4					60	90	
	Gesamtworkload für das Modul					•	150	

Qualifikationsziele	 Die Studierenden erwerben - aufbauend auf den im BA-Studiengang erworbenen zivilrechtlichen Kenntnissen - vertiefte Kenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht, insbesondere im Gesellschaftsrecht. Sie erlernen, komplexere Themen in diesem Rechtsgebiet arbeitsteilig zu bearbeiten, problemorientiert mündlich und schriftlich zu argumentieren und Ergebnisse zu präsentieren. Sie sind in der Lage, aus betriebswirtschaftlicher Sicht gesellschaftsrechtliche Sachverhalte fachlich einzuordnen und Lösungen für gesellschaftsrechtliche Probleme im Kontext betriebswirtschaftlicher Fragestellungen zu entwickeln, insbesondere Gestaltungsmöglichkeiten bei der Rechtsformwahl oder dem Rechtsformwechsel bei gleichzeitiger Sensibilisierung für Haftungspotentiale. Die Studierenden können unter Heranziehung öffentlich-rechtlicher Register gesellschaftstypische Strukturmerkmale und Kennzahlen zu realwirtschaftlichen Unternehmen ermitteln und einordnen.
---------------------	---

	 Die Teilnehmer sind mit den Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens bei rechtswissenschaftlichen Fragestellungen vertraut und können diese unter Heranziehung juristischer Fachquellen umsetzen.
Inhalte	Einführungsvorlesung: Handelsrecht: Inhalte des 1. und 4. Buches des HGB, u.a. Recht der Handelsfirma, Handelsregister, handelsrechtliche Vollmachten, selbstständige Geschäftsmittler, Handelsgeschäfte; Gesellschaftsrechts: Charakteristik der wichtigsten nationalen und europäischen Gesellschaftsformen, konstitutive Merkmale, Innenbeziehungen/Außenbeziehungen und Beendigung der Gesellschaften, Nachfolgeregelungen bei der Personengesellschaft; Strukturmerkmale, Organe und Mitgliedschaft bei Kapitalgesellschaften, insbesondere Gründungsvorgang/Entwicklungsstufen einer juristischen Person, Gesellschaftsvertrag, Organstellung und Dienstverhältnis des Geschäftsführers/Vorstands, Kapitalaufbringung und –erhaltung, Übertragung von Geschäftsanteilen, Haftung der gesetzlichen Vertreter im Innen- und Außenverhältnis in der Krise bis zur Insolvenzreife Seminar: Praktische Fallstudie mit Vergabe von Einzelhemen/Spezialfragestellungen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion im Plenum
Literatur	Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle Allgemeine Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben, ebenso Hinweise zur Nutzung der Digitalen Bibliothek der Hochschule, insbesondere zur Nutzung der juristischen Fachdatenbanken, themenspezifische Literatur wird im Rahmen von Konsultationen thematisiert

Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung	
MBM1020	Rechnungswese (Financial and Ma	n und Controlling nagement Accounting)	MA	
	Studiengang	MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Hans-Christian Gröger
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	Jedes Wintersemester
Regelbelegung / Empf. Semester	1. Semester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur, 120 min.
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Zulassung zum Masterstudium Business Management, Kenntnisse im internen und externen Rechnungswesen sowie Kenntnisse über die dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung
Modul ist Voraussetzung für	-
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	-
Verwendbarkeit des Moduls	Master MuL2750 Controlling für Ingenieure, MFRT3020 BWL-Modul, Wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildungsstudiengänge

						Workload	
١	Lehrveranstaltung			Kursgröße (maximal)	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Controlling	Prof. Dr. Gröger	Seminar- unterricht	40	2	30	45
2	Rechnungs- wesen	Prof. Dr. Weinaug	Seminar- unterricht	40	2	30	45
	Summe 4					60	90
	Workload für das Modul					150	

Controlling

Das Modul dient dazu, den Studierenden Grundlagen des Controllings zu vermitteln. Es baut auf den Bachelor-Veranstaltungen Investition und Finanzierung sowie Kosten- und Erlösrechnung auf.

- Sie erfahren, wie das Controlling in die Betriebswirtschaftslehre eingebettet ist
- Sie lernen die theoretische und praktische Bedeutung des Controllings kennen
- Ihnen werden Kenntnisse über die Konzeption und Anwendung strategischer und operativer Controlling-Instrumente vermittelt
- Sie erfahren, wie die Controlling-Instrumente zusammenhängen und in der praktischen Anwendung aufeinander abzustimmen sind
- Anhand praxisorientierter Beispiele in Vorlesung und Übung erarbeiten Sie sich die Fähigkeit, die Controlling-Instrumente selbständig anzuwenden

Qualifikationsziele

Die Studierenden

- erwerben fachspezifisches Wissen über die Rechnungslegung
- kennen die gesetzlich vorgeschriebenen Bilanzierungsgrundsätze und eingeräumten Wahlrechte im Rahmen der Rechnungslegung und
- können diese bei konkreten wirtschaftlichen Tatbeständen eigenständig anwenden, analysieren und bewerten

Controlling:

Teil I: Einführung in das Controlling

Teil II: Strategische Controlling-Instrumente

- 1. Unternehmenswertmaximierung als unternehmerische Zielsetzung
- 2. Nachhaltigkeit im Shareholder Value Kontext
- 3. Unternehmensbewertung als Aufgabe des wertorientierten Controllings
- 4. Wertorientierte Kennzahlen
- 5. Strategische Kostenrechnung

Teil III: Controlling-Instrumente zur Unterstützung operativer Entscheidungen

- 6. Grenzplankostenrechnung
- 7. Ein- und Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen auf Basis von Grenzplankosten
- 8. Kontrollrechnungen

Teil IV: Koordinationsinstrumente

- 9. Verrechnungspreise
- 10. Budgetierung

Rechnungswesen:

Teil I: Funktionsweise des Rechnungswesens

- 1. Rechnungswesen als Informationsbasis der Unternehmensführung
- 2. Rechtliche Grundlagen
- 3. Vom Inventar zur Bilanz
- 4. Erfassung der Güter- und Finanzbewegungen

Teil II: Buchführung

- 5. Von der Eröffnungsbilanz zur Schlussbilanz
- 6. Organisation der Bücher
- 7. Sachverhalte in den Bereichen
 - Warenwirtschaft
 - Personal
 - Produktion
 - Anlagen
 - Finanzwirtschaft
 - Steuern
- 8. Vorbereitung des Jahresabschlusses

Teil III Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse

- 9. Ziele und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung
- 10. Bilanzierung der Aktiva
- 11. Bilanzierung der Passiva
- 12. Übrige Bilanzposten
- 13. Gewinn- und Verlustrechnung
- 14. Kapitalflussrechnung
- 15. Anhang
- 16. Lagebericht
- 17. Bilanzierung nach internationalen Rechnungslegungsstandards

Inhalte

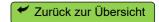
	18. Konzernrechnungslegung 19. Prüfung, Offenlegung und Enforcement Jahresabschlussanalyse
	Controlling: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie: Ballwieser, W.; Hachmeister, D.: Unternehmensbewertung:
Literatur	 Bailwieser, W.; Hachmeister, D.; Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart. Brühl, R.: Controlling – Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, München. Coenenberg, A. G.; Fischer T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Landsberg am Lech. Diedrich R.; Dierkes, S.: Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung, Stuttgart. Dierkes, S.; Schäfer, U.: DCF-Verfahren und wertorientierte Kennzahlen, in: Controlling - Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung, 27. Jg., Heft 1, 2015, S. 19-25. Ewert, R.; Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin ua Horvath, P. et al.: Controlling, München. Hirsch, B.: Der Economic Value Added, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 36. Jg., 2007, S. 62-68. IDW S 1 i.d.F. 2008: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen, in: Die Wirtschaftsprüfung, Supplement 3/2008, S. 68 ff. Kilger, W.; Pampel, J. R.; Vikas, K.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechung, Wiesbaden. Küpper, HU. et al.: Controlling, Konzeption, Aufgaben und Instrumente, Stuttgart Matschke, M. J.; Brösel, G.: Unternehmensbewertung. Funktionen – Methoden – Grundsätze, Wiesbaden. Meer-Kooistra, J. van der (1994): The Coordination of Internal Transactions: The Functioning of Transfer Pricing Systems in the Organizational Context, in: Management Accounting Research, Vol. 5, 1994, S. 123-152. Peemöller (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Herne Berlin. Schweitzer, M.; Küpper, HU.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München. Weber, J.; Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart. bzw. die jeweils aktuelle Auflage Rechnungswesen: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie: Baetge, J./ Kirsch, HJ./ Thiele, S.: Bilanzen Beck'scher Bilanzkommentar: Handels- und Steuerbilanz, h

- Buchholz, R.: Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS
- Buchner, R.: Buchführung und Jahresabschluss
- Coenenberg, A.G./ Haller, A./ Schultze, W.: Einführung in das Rechnungswesen: Grundzüge der Buchführung und Bilanzierung
- Coenenberg, A. G./ Haller, A./ Schultze, W.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse,
- Dicken, A.J./ Henssler, M.: Bilanzrecht
- Eisele, W./ Knobloch, A.: Technik des betrieblichen Rechnungswesens
- Fanck, B./ Guschl, H./ Kirschbaum, J.: Buchführungstechnik und Bilanzsteuerrecht
- Gelhausen, H-F./ Fey, G./ Kaempfer, G.: Rechnungslegung und Prüfung nach dem Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz
- Heyd, R./ Beyer, M./ Zorn, D.: Bilanzierung nach HGB in Schaubildern
- IDW: WPH-Edition, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung
- Krag, J./ Mölls, S.: Rechnungslegung, Grundlagen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses
- Leffson, U.: Die Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung
- Mayer, C./ Theile, C.: Bilanzierung nach Handels- und Steuerrecht
- Moxter, A./ Engel-Ciric, D.: Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung §§ 246-256a HGB
- Pilz, G.: Bilanzierung
- Ruhnke, K./ Simons, D.: Rechnungslegung nach IFRS und HGB
- Scherrer, G.: Rechnungslegung nach neuem HGB
- Tanski, J.S.: Jahresabschluss
- Wehrheim, M./ Gehrke, M./ Renz, A.: Die Handels- und Steuerbilanz Bilanzierung, Bewertung und Gewinnermittlung
- Gesetzestexte, IFRS-Standards

bzw. die jeweils aktuelle Auflage

Internetquellen:

- Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, www.bafin.de
- Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung DPR e. V. (DPR)/ Financial Reporting Enforcement Panel (FREP): www.frep.info
- Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e. V. (Hrsg.): Deutsche Rechnungslegungs Standards (DRS), <u>www.drsc.de</u>
- Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland e.V. (IDW): www.idw.de
- International Accounting Standards Board (Hrsg): International Accounting Standards (IAS)/International Financial Reporting Standards (IFRS), www.ifrs.org

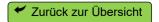


Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
	Gestaltungsfelder d	es Personalmanagements	MA
MBM1030	(Designing Human R	esources)	
	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Sabine Brunner
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Präsentation (80%) und Hausarbeit (20%)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegendes Fachwissen im Personalmanagement (Bachelorniveau)
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

				Kursgröße	Anzahl		Wor	kload
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Gestaltungsfelder des Personalmanagements	Prof.in Dr. Brunner	Semi- nar	16	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
	Summe 4					60	90	
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Inhalte	 Verbindung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement Strategische Personalplanung und Humankapital Aktuelle personalpolitische Trends, u.a. Diversity und Inklusion (u.a. Diversity Management) Digital HRM (u.a. Digitalisierung und digitale Transformation von HRM) Employer Branding und Recruiting (u.a. Personalplanung, - marketing, -beschaffung) Future of Work (u.a. Arbeitsplatz, -gesundheit)
Literatur	 Bröckermann (2021): Personalwirtschaft, Schäffer-Pöschel Holtbrügge (2022): Personalmanagement, Springer Träger (2021): Personalmanagement, Vahlen Ternes (2023): Agenda HR - Digitalisierung, Arbeit 4.0, New Leadership Gärtner (2020): Smart Human Resources Nürnberg (2019): Agiles HR-Management Aktuelle Studien, wissenschaftliche Journal-Beiträge in Abhängigkeit zu den gewählten Trends und Semesterprojekten. bzw. in der jeweils aktuellen Fassung

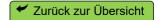


Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
	Supply Chain Mana	MA	
MBM1040	(Supply Chain Manag	gement)	
	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät		

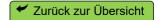
Modulverantwortlich	Studiengangsleitung (ad interim)
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung bestehend aus - Präsentation der Ergebnisse 40% - Bearbeitung von Fallstudien (inkl. schriftlicher Stellungnahme) 60%
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Anmeldung über Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM; Modul im Master Nachhaltige Logistik

				Kursgröße	Anzahl		Workloa	kload
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Supply Chain Manage- ment	Prof. Dr. Stefan Landwehr	Vorle- sung und Se- minar	40	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe 4						60	90	
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

	al lgemein : K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10
	Spezifisch: Die Studierenden lernen die theoretischen Kenntnisse zum Supply Chain Management in Fallhainsielen anzumgehan.
Qualifikationsziele	 Chain Management in Fallbeispielen anzuwenden. Sie werden in die Lage versetzt, typischer branchenbezogener Lösungen zu bewerten und neue Lösungen zu entwickeln.
	 Im Zentrum stehen die Entwicklung von Handlungskompetenz und die Fähigkeit, in unternehmensübergreifenden Prozessketten vom Liefer- anten bis zu den Kunden zu denken und entsprechende Lösungsvor- schläge zu generieren.



Inhalte	 Denken in Wertschöpfungsketten und -netzwerken als Basis für des Supply Chain Management Grundlegende Begrifflichkeiten und historischer Kontext des SCM Ziele und Charakteristika des SCM Konzeption und Gestaltung von Supply Chains Formen der Zusammenarbeit in Supply Chains Berücksichtigung der Markt-/Branchenbedingungen und der Gestaltung der Supply Chain Risikomanagement im Supply Chain Management Wertstromanalyse und -design im Supply Chain Management Kennzahlen im Supply Chain Management Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment
	 Vorlesungsfolien Chopra, S. / Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategie, Planung und Umsetzung Kurbel, K.: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie: Von MRP bis Industrie 4.0, 2016 Erlach, K.: Wertstromdesign: Der Weg zur schlanken Fabrik, 2007 Hartmut Werner: Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling, Aktuelle Auflage Martin Christopher: Logistics & Supply Chain Management
Literatur	 Vertiefende/ Weiterführende Literatur: Tempelmeier, H.: Übungen zu Supply Chain Management und Produktion, 2005 Meier, A./ Stormer, H.: E-Business & E-Commerce; Management der digitalen Wertschöpfungskette; 2012 Van Weele, A.: Purchasing and Supply Chain Management Analysis, Strategy, Planning and Practice; 2014 Schulte, Ch.; Optimierung der Supply Chain; 6.Aufl., Verlag Vahlen, Wiesbaden 2004 Pfohl, HChr.; Logistik-Systeme – betriebliche Grundlagen; 8. Aufl., Springer-Verlag, Berlin 2009
	bzw. in der jeweils aktuellen Fassung



Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
MBM1050	Business Simulation (Business Simulation)	MA	
	Studiengang		
	Fakultät		

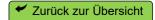
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Gehrke
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Vortrag und Projektarbeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

			Kursgröße	Anzahl Kurse	sws	Workload		
Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art			(maximal)	Präsenz	Selbst- studium
1	Business Simulation	Prof. Gehrke	Sonsti- ges, und zwar Bu- siness Simula- tion.	20	1	4	60	90
2								
3								
4								
	Summe 4						60	90
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Qualifikationsziele	Allgemein K 10 Speziell Studierende erwerben in einer Gruppe die Fähigkeit ein Unternehmen zu managen, also theoretische Konzepte umzusetzen.
Inhalte	 Vorstellung der Simulation, der Unternehmung, der Produkte und der Markt- und Konkurrenzsituation. Erarbeitung einer Markt- und Konkurrenzanalyse und Ableitung einer Unternehmensstrategie Entscheidungsfindung und –begründung in den Bereichen Marketing, Produktion, Personal und Finanzierung Entscheidung über Markteintritte Präsentation der Strategie und der erzielten Ergebnisse



Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand,R. "Die grenzenlose Unternehmung" neueste Auflage
--



Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM1060	Markt- und Marker (Management of Marker)		MA
IVIDIVI 1000	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Annette Hoxtell
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit (80%) und Kurzvortrag (20%)
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Markenmanagement	Prof.in Dr. Hoxtell	Seminar	20	1	2	30	30
2	Branchenspezifisches Marketing	Prof.in Dr. Hoxtell	Seminar	20	1	2	30	60
3								
4								
5								
	Summe 4						60	90
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Qualifikationsziele	Allgemein K1, K2, K3, K5, K7, K8, K10 Speziell Studierende sind mit dem Konzept der identitätsbasierten Markenführung vertraut und können es in der Praxis anwenden. Sie sind mit aktuellen wissenschaftlichen und praktischen Fragestellungen im Bereich der Markenführung vertraut. Sie können selbständig ausgewählte Aspekte der Markenführung in verschiedenen Branchen analysieren und Handlungsempfehlungen entwickeln.
---------------------	--

Inhalte	 Modulteil 1: Markenmanagementkonzepte Markenformen und -strategien Branding Markendehnung Markenanreicherung Modulteil 2: Marketingtypische Besonderheiten in verschiedenen Branchen und Unternehmensformen, z.B. Dienstleistungsmarketing, Social Marketing, Non-Profit-Marketing, Tourismusmarketing, () -weitere nach Wunsch der Studierenden
Literatur	 aktuelle wissenschaftliche Fachartikel Baumgarth, C., Markenpolitik. Esch, FR., Strategie und Technik der Markenführung. Meffert, H. / Bruhn, M. / Hadwich, K., Dienstleistungsmarketing Muñiz Jr. Brands and Branding Sämtliche Werke in der jeweils aktuellen Auflage weitere Informationen erfolgen zu Semesterbeginn

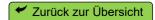


Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung		
MBM1070	Planspiel Marketin (Marketing Simulati			
	Studiengang	MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

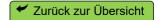
Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Annette Hoxtell		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe		
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester		
Credits (ECTS)	5		
Leistungsnachweis	 Portfolioprüfung: 60% Entscheidungen und Aktivitäten in der Kleingruppe im Rahmen einzelner Spielrunden (6 Stück à 10% werden gewertet) 40% Abschlusspräsentation zu Strategie und Umsetzung im Rahmen der Lehrveranstaltung, inkl. Präsentationsunterlagen 		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für dieses Modul	hilfreich: Grundkenntnisse in Marketing und Unternehmenskommunikation		
Modul ist Voraussetzung für	-		
Moduldauer	1 Semester		
Notwendige Anmeldung	Maximal 20 Teilnehmende; Einschreibung bis 15.10. in Moodle; regelmäßige Teilnahme in Präsenz während Spielrunden notwendig		
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM		

			•	Anzahl Kurse	sws	Workload		
Lehrveranstaltung		Dozent*in				Art	Präsenz	Selbst- studium
1	Planspiel Marketing	Prof.in Dr. Hoxtell	Sonsti- ges, und zwar Plan- Spiel	20	2	4	60	90
2								
3								
	Summe					4	60	90
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Qualifikationsziele	Allgemein K1, K2, K6, K7, K8, K9 Speziell Studierende lernen mithilfe des Planspiels Simbound, digitales Marketing zu betreiben. Sie sind in der Lage, digitale Marketingstrategien zu konzipieren, in der Praxis umzusetzen und auszuwerten, um ihr Handeln daran anzupassen. Sie lernen, Landingpages und Newsletter zu erstellen, Suchmaschinen-, Affiliate- und Community-Marketing zu nutzen und kanalübergreifend aufeinander abzustimmen.
	Die Teamfähigkeit und die Kompetenz, komplexe Entscheidungen unter Zeitdruck zu treffen, werden gefördert.



Inhalte	 Strategieentwicklung Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse Digitales Marketing: SEM, Website, Community-Management, Newsletter-Marketing, Affiliate Marketing Steuerung und Kontrolle Reporting
Literatur	wird von Dozentin bekannt gegeben



Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnung			
MBM1080	Entrepreneurship Management (Entrepreneurship Management)		MA	
INDIAL LOCA	Studiengang MA Business Management			
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Anna Nancy Richter				
Modulart	Wahlpflichtmodul				
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe				
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester				
Credits (ECTS)	5				
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Projektarbeit bestehend aus (Gruppen-) Präsentation(25%) und Hausarbeit (75%)				
Unterrichtssprache	Deutsch				
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine				
Modul ist Voraussetzung für					
Moduldauer 1 Semester					
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich				
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM				
Nutzung durch weitere Studiengänge MA Materialfluss und Logistik; MA Verkehr und Transport (WP MA Forstmanagement (Pflichtmodul) MA Erneuerbare Energien Management (Pflichtmodul)					

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Entrepreneurship Management	Prof.in Dr. Richter	Vorle- sung	50	1	2	30	30
2	Entrepreneurship Management	Prof.in Dr. Richter	Übung	25	2	2	30	60
					Summe	4	60	90
Gesamtworkload für das Modul			Modul	1	50			

	<u>Allgemein</u> K1-3, K6-10 + 12
	<u>Spezifisch</u>
	 Grundlagen der Gründungsprozesse verstehen – Einführung in theoretische Konzepte und praxisnahe Methoden der Unternehmensgründung.
Qualifikationsziele	 Anwendung von Innovations- und Kreativtechniken – Erlernen und Erproben von Techniken zur Ideenfindung und -umsetzung in realen oder fiktiven Gründungsszenarien.
	 Praxisnahes Arbeiten im Startup-Kontext – Analyse realer Fallstudien und Transfer theoretischer Erkenntnisse in konkrete Gründungsprojekte.
	 Förderung der Selbstwirksamkeit – Entwickeln eines unternehmerischen Mindsets, um eigene Ideen selbstbewusst zu verfolgen und umzusetzen.

	 Grundlagen Entrepreneurship, Struktur und Phasen der Gründung, Profiling: Problem-Solution Fit (Motivation, Problemfindung, Zielgruppenanalyse, Lösungsfindung),
Inhalte	 Prototyping: Product-Market Fit (Produkte und Dienstleistungen entwickeln, Werteversprechen formulieren, Markt- und Wettbewerbsstrategie entwickeln, Alleinstellungsmerkmale definieren, Geschäftsmodell entwickeln), Grundlagen der Gründungsfinanzierung, Pitch Deck bzw. Business Plan (Bedeutung und Aufbau)
	Aulet, B. (2016). Startup mit System: in 24 Schritten zum erfolgreichen Entrepreneur. O'Reilly.
	 Fueglistaller, U., Müller, C., & Volery, T. Entrepreneurship [electronic resource]: Modelle—Umsetzung—Perspektiven Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Springer.
	Grichnik, D., & Heß, M. (2024). Startup Navigator–Das Workbook zur Unternehmensgründung. Carl Hanser Verlag GmbH Co KG.
Literatur	 Grichnik, D., Brettel, M., Koropp, C., & Mauer, R. (2017). Entrepreneurship: unternehmerisches Denken, Entscheiden und Handeln in innovativen und technologieorientierten Unternehmen. Schäffer-Poeschel.



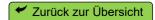
Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnung			
MBM1090	Volkswirtschaftsle (Economics A (Pub	,	MA	
	Studiengang			
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Pauser				
Modulart	Wahlpflichtmodul				
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe				
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. oder 3. Fachsemester				
Credits (ECTS)	5				
Leistungsnachweis	Clausur 120 min				
Unterrichtssprache	Deutsch				
Voraussetzungen für dieses Modul	Empfohlene Grundlage: Grundkenntnisse aus dem Modul Wirtschaftspolitik (BBA4230)				
Modul ist Voraussetzung für					
Moduldauer	1 Semester				
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist bei den einzelnen Veranstaltungen beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle				
Verwendbarkeit des Moduls					
Nutzung durch weitere Studiengänge	MA Finance and Accounting				

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung	Dozent*in Art	(maximal) Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium			
1	Finanzpolitik	Prof. Dr. Pauser	Vorle- sung	20	2	2	30	60
2	Finanzpolitik	Prof. Dr. Pauser	Übung	20	2	2	30	30
3								
4								
					Summe	4	60	90
	Gesamtworkload für das Modul 150				50			

Qualifikationsziele	 Studierende entwickeln ein vertieftes Verständnis der Bedeutung des Staates im Wirtschaftsprozess und die Bereiche öffentlicher Einnahme- und Ausgabenpolitik. Sie können begründen, inwiefern und in welchem Maße staatliche Interventionen und Eingriffe in das Wirtschaftssystem zu rechtfertigen sind. Sie können ökonomische Auswirkungen finanzpolitischer Maßnahmen auf die Unternehmens- und Haushaltsebene mit Hilfe von Modellen analysieren und unter Effizienz- und Verteilungsgesichtspunkten bewerten.
	 Sie sind mit Theorie und Praxis der Besteuerung, den grundlegenden Erkenntnissen der Theorie der Staatsverschuldung und der Praxis der Schuldenpolitik vertraut. Sie sind in der Lage, sich eigenständig und in der Diskussion fundiert mit ausgewählten Themen der Finanzpolitik auseinanderzusetzen und sind vertraut mit dem Konzept der nachhaltigen Finanzpolitik.

	Sie entwickeln ein Verständnis für die Relevanz der erarbeiteten volkswirtschaftlichen und insbesondere finanzpolitischen Erkenntnisse zur Lösung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen.
	Ziele, Träger und Instrumente der Finanzpolitik
	 Wirtschaftliche Aktivität des öffentlichen Sektors (Art, Umfang, Staatsquoten, öffentliche Budgets)
	Theorie und Praxis öffentlicher Ausgaben und Einnahmen
	Rechtfertigung der Staatstätigkeit und von Staatseingriffen
Inhalte	Theorie und Praxis der Besteuerung
	Bereitstellung öffentlicher Güter
	Staatsverschuldung und Schuldenpolitik
	 Ausgewählte Aspekte und Themen der Finanzpolitik (z.B. nachhaltige Finanzpolitik)
	Arnold, V.: Theorie der Kollektivgüter, München 1992
	 Blankart, C.B.: Öffentliche Finanzen in der Demokratie, aktuelle Auflage, München
	Brümmerhoff, D. / Büttner, T: Finanzwissenschaft, aktuelle Auflage, Berlin / Boston
	Homburg, S.: Allgemeine Steuerlehre, aktuelle Auflage, München
	 Musgrave, R.A. / Musgrave, P.B. / Kullmer, L: Die öffentlichen Finanzen in Theorie und Praxis, 6. Auflage, Tübingen 1994
Literatur	 Peffekoven, R.: Einführung in die Grundbegriffe der Finanzwissenschaft, aktuelle Auflage, Darmstadt
	 Wellisch, D.: Finanzwissenschaft (Band I): Rechtfertigung der Staatstätigkeit, Verlag Vahlen, München 2000
	Zimmermann, H. / Henke, K.D. / Broer, M.: Finanzwissenschaft: Eine Einführung in die Staatsfinanzen, aktuelle Auflage, München
	bzw. in der jeweils aktuellen Fassung

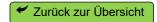


Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung
MBM1100	Kommunikation A (Konfliktmanagemer (Communication A (management)	MA
	Studiengang	
	Fakultät	

Modulverantwortlich	Grundlagenzentrum / PACKS*
	*Professional and academic communication & key skills
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Reflexionstext (Logbuch)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Für Studierende im o.g. Studiengang ist aufgrund der Kursgrößenbeschränkung eine Anmeldung im Anmeldeverfahren via Moodle nötig. Restplätze können an Studierende anderer Fachrichtungen vergeben werden.
Verwendbarkeit des Moduls	

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Gesprächsführung und Argumentation	PACKS / Günther Sturmlechner	Seminar	18	1	2	30	45
2	Konfliktmanagement	PACKS / Tillmann Meyer	Seminar	18	1	2	30	45
	Summe 4 60 90							90
	Gesamtworkload für das Modul						1	50

Qualifikationsziele	 Begriffe und Modelle der Kommunikations- und Kognitionspsychologie sowie des Konfliktmanagements zu erklären, Einflussfaktoren auf Gespräche, kommunikative Settings sowie Konfliktursachen und -dynamiken zu erkennen und zu analysieren, Handlungsstrategien für Argumentations- und Verhandlungssituationen sowie Lösungsansätze für Konflikte in verschiedenen Kontexten zu entwickeln und umzusetzen. 				
Inhalte	In den Lehrveranstaltungen werden die folgenden Schwerpunkte behandelt, anhand von Fallbeispielen und praktischen Übungen vertieft, sowie im Rahmen der studienbegleitenden Portfolioarbeit analysiert und reflektiert: Lehrveranstaltung 1 Grundlagen der Kommunikations- und Kognitionspsychologie, personenzentrierte Gesprächsführung, Spannungen und Störungen, Argumentationsstrategien, Überzeugungs- und Manipulationsmechanismen, individuelle Wirkungsstrategien. Lehrveranstaltung 2 Grundlagen des Konfliktmanagements Konfliktursachen und -dynamiken Konfliktmanagementstrategien und -techniken Mediation und Verhandlungstechniken Interkulturelle Konflikte Konfliktprävention und -deeskalation				
Literatur	Literatur und Arbeitsmaterialien werden im Seminar mitgeteilt und über die Lernplattform Moodle zur Verfügung gestellt.				



Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM2010		•	MA
MEMIZOTO	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sven Gehrke			
Modulart	Pflichtmodul			
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe			
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester			
Credits (ECTS)	5			
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Anfertigen einer Projektarbeit			
Unterrichtssprache	Deutsch			
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundkenntnisse organisatorischer Strukturen und Prozesse			
Modul ist Voraussetzung für				
Moduldauer	1 Semester			
Notwendige Anmeldung				
Verwendbarkeit des Moduls				

		Dozent*in Art		Kursgröße (maximal)	Anzahl	sws	Workload	
	Lehrveranstaltung		Art		Kurse		Präsenz	Selbst- studium
1	Prozessmanagement	Prof. Dr. Gehrke	Vorle- sung	30	1	2	30	45
2	Modellierung von Geschäftsprozessen	Prof. Dr. Gehrke	Projekt- arbeit	15	2	2	30	45
3								
4								
5								
	Summe 4						60	90
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Qualifikationsziele	Allgemein K10 Speziell Studierende erwerben die Fähigkeit Geschäftsprozesse für Unternehmen effizient und effektiv mittels eines Vorgehensmodells zu modellieren. Zudem wird die Modellierung praxisorientiert und konkret mittels einer Modellierungssoftware durchgeführt.
Inhalte	 Allgemeine Gestaltung und Bewertung betrieblicher Prozesse; Vorgehensmodell für Prozessorientierung Gestaltung und Optimierung mit ARIS Toolset - o.Ä.



flage 2007
renzenlose Unter- eweils aktuellen Fassung
re

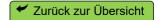


Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM2020	Unternehmenspra (Corporate Practice		MA
	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

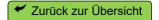
Modulverantwortlich	N.N. / derzeit Studiengangsleitung
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Projektdurchführung und Präsentation im Team
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Notwendige Vorkenntnisse variieren je nach Thema des Projekts
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich
Verwendbarkeit des Moduls	

			Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl		Wor	kload
	Lehrveranstaltung	Dozent*in			Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Unternehmenspraxis- projekt	Prof.in Dr. Richter	Vorle- sung	30	1	1	15	10
2	Unternehmenspraxis- projekt	Professor: innen der FR W	Projekt- arbeit	10	3	2	30	60
3	Unternehmenspraxis- projekt	Professor: innen der FR W	Projekt- arbeit	10	3	1	15	20
4								
5								
	Summe						60	90
	Gesamtworkload für das N					Modul	1	50

	Allgemein K1-9 + 12
Qualifikationsziele	 Spezifisch Die Studierenden können ausgewählte Aufgaben- und Problemstellungen z.B. für die Logistik eines Produktionsunternehmens eigenständig bearbeiten.
	Sie lernen im Modul die betriebliche Praxis vertiefend kennen.



Inhalte	 Sie wenden ihre Erfahrungen in Problemlösungsprozessen (Kreativitätsprozesse und analytische Bewertung und Entscheidungsfindung) an. Dabei ist ein kundenorientiertes Verhalten und teamorientiertes Handeln Grundlage. Einführung in die Prozesse der Problemlösungsfindung und teamorientierten Projektarbeit Problemorientierte Wissenssammlung (Recherche zu den übernommenen Aufgabenstellungen) Kick off Meeting bei den Auftraggebern (Kunden) Workshop zur Problemanalyse (Brainstorming) Istdaten-Aufnahme beim Kunden Datenauswertung Entwicklung von Problemlösungen Bewertung der Problemlösungen Erarbeitung eines Lösungsvorschlages Dokumentation der Ergebnisse und Erarbeitung einer Präsentationsunterlage Abschließende Kundenpräsentation
Literatur	 Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter; Tomas Bohinc, Verlag Gabal; aktuelle Auflage IT-Projektmanagement kompakt; Pascal Mangold; Spektrum Akademischer Verlag; aktuelle Auflage Handbuch IT-Projektmanagement; Ernst Tiemeyer; Carl Hanser Verlag; aktuelle Auflag



Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung		
MBM2030	Arbeitsrecht (Labour Law)			
WIDIVIZOSO	Studiengang MA Business Management			
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Maike Langenhan-Komus				
Modulart	Nahlpflichtmodul				
Angebotshäufigkeit	x jährlich im SoSe				
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	. Fachsemester				
Credits (ECTS)	5				
Leistungsnachweis	Klausur 120 min.				
Unterrichtssprache	Deutsch				
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundkenntnisse im Zivilrecht				
Modul ist Voraussetzung für					
Moduldauer	1 Semester				
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich				
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM				

				Kuroarößo	Anzohl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art Kursgröße Anzahl (maximal) Kurse S		SWS	Präsenz	Selbst- studium	
1	Aktuelles zum Arbeits- recht	Prof.in Dr. Langenhan- Komus	Vorle- sung	40	1	2	30	45
2	Aktuelles zum Arbeits- recht	Prof.in Dr. Langenhan- Komus	Übung	40	1	2	30	45
3								
4								
5								
					Summe	4	60	90
			G	Sesamtworklo	ad für das	Modul	1	50

	Vertiefter Einblick in aktuelle Entwicklungen des Arbeitsrechts für die betriebliche Praxis:
	Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Individual- und Kollektivarbeitsrecht.
	Studierende erlernen, komplexere Themen in diesem Rechtsgebiet zu bearbeiten und zu präsentieren.
Qualifikationsziele	Studierende sind in der Lage, aus betriebswirtschaftlicher Sicht arbeitsrechtliche Sachverhalte fachlich einzuordnen.
	 Studierende können unter Berücksichtigung der unionsrechtlichen und nationalen Rechtsquellen sowie einer dynamischen Rechtsprechung Lösungen für Probleme im Kontext von Arbeitsverhältnissen entwickeln,
	 Studierende erkennen Gestaltungsmöglichkeiten bei der Beschäftigung von Arbeitnehmern sowie für die Zusammenarbeit der Betriebs- parteien

Inhalte	 Abgrenzung verschiedener Vertragstypen (Arbeits- , Dienst- und Werkvertrag) Abschluss, Inhalt, Gestaltung, Beendigung von Arbeitsverhältnissen Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz und Schutz vor Diskriminierung am Arbeitsplatz Teilzeitrecht und Befristungsabreden Betriebsübergang Kündigungsschutzrecht Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungsrecht, Tarifvertragsrecht) Mitbestimmung des Betriebsrats
Literatur	 Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmende über die E-Learning-Plattform Moodle Gesetzestext und Literaturempfehlung: Gesetzestext:



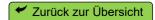
Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung		
MBM2040	Gestaltungsfelder de (Designing Personnel	MA		
	Studiengang MA Business Management			
Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr				

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Sabine Brunner
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Präsentation (80%) und Hausarbeit (20%)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Vorlesung Gestaltungsfelder des Personalmanagements (MBM1030), 1.Fachsemester
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

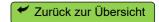
		Dozent*in Art		Kursgröße Ar	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung		(maximal) Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium		
1	Gestaltungsfelder der Personalführung und - entwicklung	Prof.in Dr. Brunner	Seminar	16	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
	Summe 4 60 90					90		
	Gesamtworkload für das Modul 150				50			

Qualifikationsziele	 K1, K3, K4, K6, K8, K11 Die Studierenden: Verstehen zeitgemäße Führungskonzepte und -instrumente Verstehen die Auslöser bzw. Ausgangsfaktoren kritischer Situationen aus der Praxis der Personalführung und entwickeln relevantes Orientierungs- und Handlungswissen um entsprechende Situationen fachgerecht zu lösen Können Fragen aus dem Bereich der Personalführung beurteilen und bewerten und eigenständig Handlungsstrategien anwenden Entwickeln Kenntnisse zur Qualifizierung und Entwicklung von Führung- und Fachkräften Erarbeiten und reflektieren geeignete Maßnahmen und können Arbeitsschritte bei der Lösung von praxisnahen Fallstudien zielgerichtet planen, gestalten und durchführen
Inhalte	 Umgang mit herausfordernden Mitarbeitersituationen (u.a. Kündigung, Sucht, Burn-out)

Modulhandbuch Master BM Seite 34 von 67



	 Führungskonzepte und -instrumente Instrumente der Führungskräfteentwicklung Gestaltung von Entwicklungskonzepten und geeigneten Trainingsprogrammen anhand von praxisnahen Fallstudien
Literatur	 Blessin & Wick (2021): Führen und Führen lassen, utb Rosenstiel, L (2020): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement Becker, M (2023): Personalentwicklung, Schäffer-Pöschel Verlag in der jew. Aktuellen Fassung



Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnung			
MBM2060	Innovation & Change (Innovation and Change)		MA	
III DIII 2000	Studiengang	MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung (ad interim)			
Modulart	Wahlpflichtmodul			
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe			
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester			
Credits (ECTS)	5			
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Kombination aus Logbuch (Beschreibung wesentlicher/wichtiger Modulinhalte in Kombination mit Bezug auf verwendete Literatur, ggf. Inhalte der Exkursion und persönlicher Reflexion zu Gruppenprozess und Inhalten: 50%; Kreativleistung am Modulende 25% Buchvorstellung oder vergleichbare Leistung 25%			
Unterrichtssprache	Deutsch			
Voraussetzungen für dieses Modul				
Modul ist Voraussetzung für	-			
Moduldauer	1 Semester			
Notwendige Anmeldung	Für Studierende im o.g. Studiengang Anmeldung im Anmeldeverfahren (siehe unten) nötig, Studierende anderer Studiengänge nicht zugelassen Anmeldung per Einschreibung in Moodle			
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM oder OM			

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Changemanagement	Prof. Dr. Landwehr	Seminar	24	1	2	30	45
2	Innovations- u. Tech- nologiemanagement	Prof. Dr. Landwehr	Seminar	15	1	2	30	45
					0		60	00
	Summe 4 60 90 Gesamtworkload für das Modul 150						90 50	

Qualifikationsziele	 Studierende kennen das Modell vom individuellen und organisationalen Lernzyklus nach Peter Senge. Studierende kennen Grundannahmen von Konzepten selbstorganisierten Lernens und deren Begründung aus neurobiologischen Erkenntnissen.
	 Studierende kennen die Ablaufschritte kreativer Prozesse. Studierende kennen Grundannahmen von Systemsimulationen wie

	 exponentielle Entwicklungen und zeitverzögerte Wirkungen. Studierende kennen grundlegende Konzepte und Annahmen systemischer Organisationsberatung. Sie lernen wesentliche Verfahren des ganzheitlichen Change- und Innovationsprozesses kennen und können diese Kenntnisse anwenden. Sie entwickeln Fähigkeiten zur systematischen Problemlösung, zur kreativen Ideenfindung und zum projektgesteuerten Umsetzungsprozess
Inhalte	 Betriebliche Veränderungsprozesse – Change Management Die strategischen Analyse – Prognosetechniken Szenario, Delphi Instrumente des Innovationsprozesses Analyse von Innovationsprozessen in der Praxis Individueller und organisationaler Lernzyklus Phasen kreativer Prozesse Grundannahmen systemischer Organisationsentwicklung Exemplarische Methoden der Organisationsentwicklung Simulationen und Prognoseverfahren am Beispiel der Themen Arbeit – Digitalisierung – Umweltprobleme
Literatur	 Eppler/Hoffmann/Pfister: Creability. Stuttgart 2014. Hackl: New Work. Wiesbaden 2017. Hauschildt/Salomo: Innovationsmanagement 2016 Könneker: Unsere digitale Zukunft. Heidelberg 2018. Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen 2008. Rohm: Change-Tools (I und II). Bonn 2015, 2017. Scharmer: Theorie U. Heidelberg 2020 Schiersmann/Thiel: Organisationsentwicklung. Wiesbaden 2011. Vahs/Bremer: Innovationsmanagement 2015 Welzer: Alles könnte anders sein. Frankfurt 2019



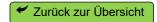
Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
	Six Sigma & Lean M	MA	
MBM2070	(Six Sigma & Lean M	lanagement)	
IVIDIVIZO7	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät		

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung (ad interim)
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Beleg – 30% der Modulnote, Lernportfolio – 70% der Modulnote (ohne Benotung – Studienleistungen: Mitarbeit an Fallstudien, Übungen, Textdiskussionen)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Anmeldung über Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

	.ehrveranstal-		Kursgröße Anza	Anzahl		Workload		
_	tung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Six Sigma & Lean Manage- ment	Prof. Dr. Landwehr	Blockveran- staltung als Workshop und praktische An- Wendung	25	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe 4						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul					1	50		

	Allgemein: K1, K3, K6, K7, K8, K9, K10, K12
Qualifikationsziele	Spezifisch:Die Studierenden verfügen über umfassendes Wissen zum Six Sigma Ansatz und dem Lean Management
	 Sie können die Vor- und Nachteile der einzelnen Tools benennen und eigenständig über deren Eignung bei der Anwendung auf praktische Problemstellungen entscheiden.

	 Die Studierenden sind in der Lage, die Tools auf praktische Problemstellungen selbstständig anzuwenden und Gruppen bei der Anwendung der Tools zu leiten. Sie sind in der Lage die Tools beider Ansätze auch für komplexe neue Aufgabenstellungen anzuwenden und gleichzeitig den Prozess der Anwendung kritisch zu reflektieren.
Inhalte	 Überblick über Six Sigma und Lean Management: Historie, Konzept, Grundlagen, Tools, Anwendungsmöglichkeiten, kritische Situationen Praktische Anwendung im Team, Erarbeitung und Präsentation von Lösungsvorschlägen Praktische Umsetzung sowohl bei praktischen Übungen als auch bei kleinen Projekten mit Praxispartnern Denkhaltung und Tools des Lean Management und des Six Sigma U.a. die folgenden Tools: DMAIC, SIPOC, Zieldefinition in Projekten, Value Stream Mapping und Design
Literatur	 Rother, S.; Shook, J.; Wiegand, B.: Sehen lernen: Mit Wertstromdesign die Wertschöpfung erhöhen und Verschwendung beseitigen Zollondz, H.: Grundlagen von Lean Management, München 2013, van Aartsengel, A; Kurtoglu, S.: Handbook on Continuous Improvement Transformation, Weiß, E.; Strubl, Christoph; et al.: Lean Management: Grundlagen der Führung und Organisation lernender Unternehmen Vertiefende/ Weiterführende Literatur: Bicheno, J.; Holweg, M.: The Lean Toolbox, The Essential Guide to lean transformation, Buckingham, 2009 Arcidiacono, G.; Calabrese; C.; Yang, K.: Leading processes to lead companies: Lean Six Sigma: Kaizen Leader & Green Belt Handbook McCarty, T.; Daniels, L.; Bremer, M.; Gupta, P.: The Six Sigma Black Belt Handbook, McGraw-Hill, New York, 2005
	pzw. In der jeweils aktuellen Fassung



Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
MBM2080		ialforschung / Marktforschung Research / Market Research)	MA
MBMZ000	Studiengang		
	Fakultät		

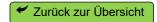
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Mündliche Prüfungsleistung: Referat
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	MBM3010 Empirisches Projekt
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

				Kursgröße	Anzahl		Wor	kload
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Informations- Erhebung	Prof. Dr. Römmelt	Seminar	30	1	2	30	60
2	Informations- Auswertung	Prof. Dr. Römmelt	Übung	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
Summe 4 60					60	90		
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

	Allgemein: K1, K5, K10 Spezifisch: Die Studierenden
Qualifikationsziele	 können Grundlagen und den Prozess der empirischen Sozialforschung wiedergeben;
	 bewerten unterschiedliche Erhebungs- und Auswertungsmethoden im qualitativen und quantitativen Kontext an Beispielen aus der Marktforschung (z.B. Brandawareness, Image, Kaufmotive, Einstellung) und dem Human Ressourcen Management (z.B. Corporate Culture, Mitarbeitendenbefragung, Führungsstile);
	 arbeiten sich in spezifische Methoden vor und stellen diese in Fach- Referaten vor und
	- nutzen komplexe Programmsysteme (z.B. SPSS) zur Auswertung von Daten



	Grundbegriffe der empirischen Sozialforschung
Inhalte	Entscheidungen und Alternativen im Forschungsprozess
	Operationalisierung latenter Konstrukte Auswahlverfahren
	Befragungs- und Beobachtungsmethoden zur Erhebung qualitativer und quantitativer Daten
	Deskriptive und induktive Datenanalysen für uni- und multivariate Problemstellungen mit Hilfe von Software
	Analyse der Methodik von Studien mit Bezug zu Marketing und Human Ressource Management
Literatur	Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Gensler, Sonja; Weiber, Rolf; Weiber, Thomas (2021): Multivariate Analysis. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	 Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Gensler, Sonja; Weiber, Rolf; Weiber, Thomas (2023): Multivariate Analysemethoden. 17. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	Böhler, Heymo; Germelmann, Claas Christian; Baier, Daniel; Woratschek, Herbert (2022): Marktforschung. 4. Aufl. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. Buber, Renate; Holzmüller, Hartmut H. (Hg.) (2009): Qualitative Marktforschung. Konzepte, Methoden, Analysen. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
	 Döring, Nicola; Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
	 Fantapié Altobelli, Claudia (2017): Marktforschung. Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele. 3. Aufl. Konstanz, München: UVK Verlagsgesellschaft mbH; UVK/Lucius.
	 Field, Andy (2018): Discovering statistics using IBM SPSS statistics. 5. Aufl. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.
	Kreis, Henning; Wildner, Raimund; Kuß, Alfred (2021): Marktforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	 Kuckartz, Udo; Rädiker, Stefan (2024): Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA. Schritt für Schritt. 2. Aufl. Wiesbaden, Heidelberg: Springer.
	 Mayring, P & Fenzl, T. (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Nina Baur und Jörg Blasius (Hg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 2. Aufl. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, S. 633–648.
	 Sarstedt, M. & Mooi, E. (2019). A Concise Guide to Market Research: The Process, Data, and Methods Using IBM SPSS Statistics (3. Aufl.). Springer Texts in Business and Economics. Springer Berlin Heidelberg.



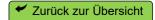
Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung		
MBM2090	Marketingrecht (Marketing Law)		MA		
	Studiengang MA Business Management				
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Nicole Reill-Ruppe		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe		
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester		
Credits (ECTS)	5		
Leistungsnachweis	Hausarbeit mit Vortrag und Diskussion (Gewichtung:HA 50 % und Vortrag 50%)		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundkenntnisse im Wirtschaftsprivatrecht		
Modul ist Voraussetzung für			
Moduldauer	1 Semester		
Notwendige Anmeldung	Moodle-Einschreibung nach Einführungsveranstaltung		
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM		

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in Art		(maximal) Kurse		SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Marketingrecht – Rechtsrahmen einer marktorientierten Unter- nehmensführung	Prof.in Dr. Reill-Ruppe	Seminar mit inte- griertem Vorl- esungs teil	16	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
	Summe 4						60	90
	Gesamtworkload für das Modul							50

	Die Studierenden erwerben Grundkenntnisse im Marketingrecht als Rechtsrahmen einer marktorientierten Unternehmensführung.
	 Die Studierenden sind befähigt, Sachverhalte im Spannungsfeld zwischen Marketing und Recht in rechtlicher Hinsicht einzuordnen, zu bewerten und anwendungsorientiert unter Marketinggesichtspunkten Lösungsvorschläge zu erstellen und zu präsentieren.
Qualifikationsziele	 Die Teilnehmer kennen die wichtigsten gewerblichen Schutzrechte, insbesondere deren Erlangung und Reichweiten.
	 Die Studierenden können unter Heranziehung öffentlich-rechtlicher Register Inhaber und Schutzdauer gewerblicher Schutzrechte realwirt- schaftlicher Unternehmen ermitteln und interessensbezogen einord- nen.

	 Die Studierenden sind sensibel im Umgang mit personenbezogenen Daten und in der Lage, zwischen Möglichkeiten und Grenzen der Da- tenverarbeitung bei konkreten Anlässen im Unternehmensalltag zu differenzieren. 			
	 Sie beherrschen wesentliche Begriffe und Marktverhaltensregeln im Wettbewerb und können diese auf konkrete Methoden des lauteren Wettbewerbs übertragen und zwischen den Marktteilnehmer interes- sengerecht Ansprüche geltend machen. 			
	 Die Teilnehmer sind mit den Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens bei rechtswissenschaftlichen Fragestellungen vertraut und können diese unter Heranziehung juristischer Fachquellen umsetzen. 			
Inhalte	Einführungsvorlesung: Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes, insbesondere Patentund Markenrecht Grundlagen des Datenschutzrechts; Wesentliche Prinzipien im Wettbewerbsrecht, insbesondere Grundsätze lauteren Wettbewerbs, Vergleichende und irreführende Werbung Seminar: Praktische Unternehmensfallstudie mit Vergabe von Einzel- und Gruppenthemen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion in simulierten Vorstandssitzungen			
Literatur	Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle Allgemeine Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben, ebenso Hinweise zur Nutzung der Digitalen Bibliothek der Hochschule, themenspezifische Literatur wird im Rahmen von Konsultationen thematisiert			



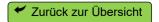
Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM2100	Wettbewerbspolitik		MA
Studiengang MA Business Management			
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. KH. Moritz		
Modulart	Wahlpflichtmodul		
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe		
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester		
Credits (ECTS)	5		
Leistungsnachweis	Klausur, 120 Minuten		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine		
Modul ist Voraussetzung für	Mikroökonomie		
Moduldauer	1 Semester		
Notwendige Anmeldung	Keine		
Verwendbarkeit des Moduls			
Nutzung durch weitere Studiengänge	MA Finance and Accounting		

		Dozent*in Art		Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	sws	Workload	
	Lehrveranstaltung		Art				Präsenz	Selbst- studium
1	Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik	Prof. Dr. KH. Moritz	Vorle- sung	20	1	2	30	45
2	Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik	Prof. Dr. KH. Moritz	Übung	10		2	30	45
3								
	Summe 4					60	90	
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

	<u>allgemein:</u> K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10
Qualifikationsziele	spezifisch: Die Studierenden erhalten Kenntnis und Verständnis aktueller Erkenntnisse der neuen Industrie- und Informationsökonomik sowie Grundzüge der Spieltheorie und ihres Bezuges auf konkrete unternehmerisch oder wirtschaftspolitisch relevante Problemstellungen. Sie erlangen die Fähigkeit, industrieökonomische Analysemethoden anzuwenden, grundlegende Verhaltensannahmen ökonomischer Akteure bei unterschiedlichen Marktformen zu analysieren und die erlernten
	Methoden als Hilfsmittel zur Lösung von Managementproblemen einzusetzen.

	 Grundlagen der Spieltheorie Grundlagen der Oligopoltheorie
	Preisdifferenzierung
Inhalte	Kartelle
	Fusionen
	Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung
	BESTER, H. (2010) Industrieökonomik, 5. Auflage Berlin.
	CARLTON, D. W.; PERLOFF, J. M. (2005) Modern industrial organization, (4. Aufl.), Addison-Wesley: Reading u. a.
	MARTIN, S. (2001) Industrial Organization, A European Perspective, University Press, Oxford.
	PASTINE, I., PASTINE, T., HMBERSONE, T. (2018) Spieltheorie, Mülheim.
Literatur	SCHULZ, N. (2003) Wettbewerbspolitik, Stuttgart.
Literatur	SCHWALBE, U. (2019) Industrieökonomik, in: Apolte, T. u.a.: Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Berlin S. 149-370
	TIROLE, J. (1988) The Theory of Industrial Organization, MIT press, Cambridge.
	WIED-NEBBELING, S. (2009) Preistheorie und Industrieökonomik, 5. Auflage, Berlin.
	WOECKNER, B. (2007) Strategischer Wettbewerb, Berlin.
	WINTER, S. (2014) Grundzüge der Spieltheorie, Berlin
	bzw. in der jeweils aktuellen Auflage



Modulcode	Modulbezeichnun	g	Zuordnung
MBM2110	•	Selbstmanagement & in Beratungsprozessen) oaching Basics)	MA
	Studiengang	MA Business Management	
	Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Grundlagenzentrum / PACKS*
	*Professional and academic communication & key skills
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung / Reflexionstexte
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Für Studierende im o.g. Studiengang ist aufgrund der Kursgrößenbeschränkung eine Anmeldung im Anmeldeverfahren via Moodle nötig. Restplätze können an Studierende anderer Fachrichtungen vergeben werden.
Verwendbarkeit des Moduls	

			Kure	Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung		Dozent*in A	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Selbstmanagement	PACKS / Katharina Key	Seminar	15	1	2	30	45
2	Gesprächsführung in Beratungsprozessen	PACKS / Günther Sturmlechner	Seminar	15	1	2	30	45
3								
	Summe 4					60	90	
	Gesamtworkload für das Modul					1	50	

Qualifikationsziele	 Studierende erfahren, welche Rollen Sie in unterschiedlichen Gesprächssituationen einnehmen (können) Studierende reflektieren ihre Selbstwahrnehmung im Gespräch und erhalten Rückmeldung über die Fremdwahrnehmung Studierende erhalten Grundkenntnisse in der Leitung von Gesprächen. Studierende sind in der Lage, eigene Meinungen kurz, präzise und logisch schlüssig zu formulieren und diese Beiträge in sachlich kontroversen Argumentationen einzusetzen Studierende kennen die Merkmale motivpassender Ziele – Studierende können motivationspsychologische Konzepte auf eigene Handlungsziele anwenden – Studierende sind in der Lage, einen handlungswirksamen Ressourcenpool zu entwickeln und einzusetzen
Inhalte	Gesprächsführung: zuhören – nachfragen – argumentieren; Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung durch Feedback; Gesprächslei-



	tung in Klärungs- und Streitgesprächen; Reflexion von Kommunikation im Arbeitsalltag • Anwendung des erweiterten Rubikon-Modells (Grawe) auf die Entwicklung motivpassender persönlicher Handlungsziele – Aufbau wohladaptiver neuronaler Netze – Implementierung von Handlungszielen in tägliche Handlungsroutinen – Umsetzen von Wenn-Dann-Plänen
Literatur	 Geissner/Leuck/Schwandt/Slembek: Gesprächsführung: Führungsgespräche. St. Ingbert: Röhrig. ⁶ 2010 Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen: Vandenhoeck ⁴2008 Stadler/Kern: Psychodrama. Wiesbaden 2010 Storch/Krause: Selbstmanagement ressourcenorientiert. Bern: HansHuber. ⁶ 2018 bzw. in der jeweils aktuellen Auflage



Modulcode	Modulbezeichnur	Zuordnung	
MBM3010	Empirisches Projekt (Empirical Project / Research)		MA
	Studiengang MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit (Bericht über das empirische Projekt)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Kenntnis empirischer Erhebungs- und Auswertungsmethoden, wie z.B. durch MBM-2080 Empirische Sozialforschung / Marktforschung
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich
Verwendbarkeit des Moduls	-

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in Ar		Art (maximal)	Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Empirisches Projekt - Betreuung Datenerhebung	Prof. Dr. Römmelt	Projekt- arbeit	30	1	2	30	60
2	Empirisches Projekt - Betreuung Datenauswertung	Prof. Dr. Römmelt	Projekt- arbeit	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
	Summe 4 60 90						90	
	Gesamtworkload für das Modul 150					50		

	Allgemein: K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12
Qualifikationsziele	Spezifisch: Studierende können • eine betriebswirtschaftliche Problemstellung erfassen.
	wissenschaftliche Fachliteratur recherchieren.
	ein adäquates empirisches Forschungsdesign entwickeln.
	die relevanten Konstrukte operationalisieren und ein Erhebungsinstrument entwickeln.
	die Datenerhebung planen und durchführen.
	die Daten auswerten, darstellen, interpretieren und berichten.
lu la alta	Briefing
Inhalte	Auftragsklärung und Rebriefing

	 Literatur und Benchmarking-basierte Entwicklung eines Forschungsdesigns und Messinstruments Planung und Durchführung einer Datenerhebung Analyse und Interpretation der Daten Berichterstattung der Ergebnisse
Literatur	Backhaus, K., Erichson, B. & Weiber, R. (2015). Fortgeschrittene multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (3. Aufl.). Springer Gabler.
	 Backhaus, K., Erichson, B., Gensler, S., Weiber, R. & Weiber, T. (2023). Multivariate Analysemethoden (17. Aufl.). Springer Fachmedien Wiesbaden.
	• Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Gensler, Sonja; Weiber, Rolf; Weiber, Thomas (2021): Multivariate Analysis. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	 Böhler, H., Germelmann, C. C., Baier, D. & Woratschek, H. (2022). Marktforschung (4. Aufl.). Kohlhammer Edition Marketing. Verlag W. Kohlhammer.
	Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler, 7. Auflage. Springer: Heidelberg.
	 Buber, Renate; Holzmüller, Hartmut H. (Hg.) (2009): Qualitative Marktforschung. Konzepte, Methoden, Analysen. 2. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
	 Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer Berlin Heidelberg. Endruweit, G. (2015). Empirische Sozialforschung.
	 Field, Andy (2018): Discovering statistics using IBM SPSS statistics. 5. Aufl. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC, Melbourne: SAGE.
	 Häder, M. (2019). Empirische Sozialforschung. Springer Fachmedien Wiesbaden.
	 Kreis, Henning; Wildner, Raimund; Kuß, Alfred (2021): Marktforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
	 Kromrey, H. (2009). Empirische Sozialforschung, 12. Auflage. Lucius & Lucius: Stuttgart.
	• Kuckartz, U. & Rädiker, S. (2024): Fokussierte Interviewanalyse mit MAXQDA. Schritt für Schritt. 2. Aufl. Wiesbaden, Heidelberg: Springer.
	 Magerhans, A., Merkel, T. & Cimbalista, J. (2013). Marktforschungsergebnisse zielgruppengerecht kommunizieren. Ergebnisberichte - Präsentationen - Workshops. Wiesbaden: Gabler Verlag.
	 Wissenschaftstheoretische Grundlagen. Konstanz: UVK. Fantapié Altobelli, C. F. (2023). Marktforschung: Methoden - Anwendungen – Praxisbeispiele (4. Aufl.). Konstanz: UTB.



Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
MBM3020	Steuerlehre & Finanzmanagement (Financial Management and Taxes)		MA
	Studiengang MA Business Management		
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Christian Foos
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	jährlich im Wintersemester
Regelbelegung / Empf. Semester	3. Semester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur 120 min.
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegende Kenntnisse des nationalen Steuerrechts, Grundkenntnisse im Rechnungs- und Finanzwesen
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	-
Verwendbarkeit des Moduls	-

							Workload	
L	ehrveranstaltung	Dozent/in	Art	Kursgröße (maximal)	Anz. Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Steuerlehre	Prof. Dr. Werdich	Vorlesung	40	1	2	30	45
2	Finanz- management	Prof. Dr. Foos	Lehr- gespräch mit Übungen	40	1	2	30	45
3								
4								
5								
					Summe	4	60	90
	Workload für das Modul						1	50

	Lehrveranstaltung Steuerlehre: Die Zielsetzung des Moduls besteht in der Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen der Besteuerung von Privatpersonen und Unternehmen
Qualifikationsziele	Fachliche Kompetenz Erwerb von Kenntnissen, welche steuerlichen Anforderungen an Unternehmen und Privatpersonen gestellt werden
	Methodische und soziale Kompetenz Erlernen grundsätzlicher Lösungen von steuerlichen Aufgabenstellungen- Erwerb der Fähigkeit, ausgehend von konkreten Anforderungen möglichst sinnvolle steuerliche Gestaltungen zu wählen

	Lehrveranstaltung Finanzmanagement:
	Die Studierenden
	 können Investitionsalternativen mit den gängigen Verfahren analysieren und bewerten und sind in der Lage, ihre Ergebnisse im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit von Investitionsvorhaben zu interpretieren.
	 kennen die g\u00e4ngigen Methoden zur Bewertung Anleihen und Aktien und k\u00f6nnen diese auf konkrete Wertpapiere anwenden.
	 kennen und verstehen das Konzept der Risikostreuung und sind in der Lage, ein effizientes Portfolio zu bilden.
	 kennen die Voraussetzungen, Aussagen und Grenzen des Capital Asset Pricing Modells können dieses Modell zur Bestimmung der Kapitalkosten eines Unternehmens anwenden.
	Lehrveranstaltung Steuerlehre:
	System der öffentlichen Abgaben
	 Grundzusammenhänge von Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer,
	 Grundzüge der Besteuerung der betrieblichen Wertschöpfung durch die Umsatzsteuer
	Grundzüge der Abgabenordnung
	Grundzüge des europäischen Steuerrechts
Inhalte	Die Studierenden gewinnen durch das Modul grundlegende Kenntnisse im nationalen Steuerrecht und Erkenntnisse über die Bedeutung der Steuern für die Praxis
	Lehrveranstaltung Finanzmanagement:
	1. Investition und Rendite
	2. Bewertung von Anleihen und Aktien
	3. Diversifikation und Portfoliotheorie
	4. Bestimmung der Kapitalkosten
	Lehrveranstaltung Steuerlehre:
	Arbeitsunterlagen:
	 Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen, in der jeweils aktuellsten Auflage
	Wichtige Steuerrichtlinien, , in der jeweils aktuellsten Auflage
Literatur	 Richtlinien in Auszügen zur Abgabenordnung, Einkommensteuer, Lohnsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, in der jeweils aktuellsten Auflage
	Einführungsliteratur:
	Grefe: Unternehmenssteuern, Herne, in der jeweils aktuellsten Auflage
	 Olfert/Huber: Kompakt-Training Unternehmenssteuern, Herne, in der jeweils aktuellsten Auflage

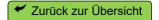


- Bornhofen: Steuerlehre 2, Stuttgart, in der jeweils aktuellsten Auflage
- Bornhofen: Lösungen zum Lehrbuch Steuerlehre 2, Stuttgart, in der jeweils aktuellsten Auflage
- Schweitzer: Steuerlehre, Stuttgart 2018

Lehrveranstaltung Finanzmanagement:

- Jonathan Berk, Peter DeMarzo: Grundlagen der Finanzwirtschaft, Pearson 2019, 4. Auflage
- Louis Perridon, Manfred Steiner, Andreas Rathgeber:
 Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen 2017, 17. Auflage
- Richard A. Brealy, Steward C. Myers, Franklin Allen: Principles of Corporate Finance, McGraw-Hill 2016, 12th Edition

bzw. in der jeweils aktuellsten Auflage



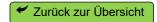
Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnung		Zuordnung
MBM3030	Führung – Gruppe (Leadership – Grou	e – Motivation ip Processes – Motivation)	MA
MBMOOO	Studiengang MA Business Management		
Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung (ad interim)
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe / kein Angebot im WiSe 25/26
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Reflexionstext und Klausur (je 50%)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Für Studierende im o.g. Studiengang Anmeldung im Anmeldeverfahren (siehe unten) nötig, Studierende anderer Studiengänge nicht zugelassen
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

				Kursgröße	Anzahl		Wor	kload
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Führung – Gruppe – Motivation 1	n.n.	Vorle- sung	18	1	2	30	45
2	Führung – Gruppe – Motivation 2	n.n.	Seminar	18	1	2	30	45
3								
4								
5								
	Summe 4 60 90					90		
	Gesamtworkload für das Modul				1	50		

	Studierende können ihr eigenes Verhalten in Gruppen und Teams auf der Basis theoriebasierter Modelle reflektieren
Qualifikationsziele	 Studierende kennen die PSI-theorie von Kuhl und k\u00f6nnen auf deren Basis zwischen unterschiedlichen Motivationsformen und -methoden unterscheiden und passende alltagspraktische Konsequenzen ablei- ten
	 Studierende sind in der Lage, eigenes und fremdes Verhalten in Gruppen (Teams) zu reflektieren
	 Studierende können Kommunikations- und Teamprozesse differen- ziert wahrnehmen und beschreiben
	Studierende können Aussagen über Führung in einen theoretisch-

	 konzeptuellen Rahmen einordnen und bewerten Studierende lernen, Führungs- und Leitungsaufgaben in Gruppen zu übernehmen.
Inhalte	 Merkmale von Gruppen und Teams. Methoden von Teamentwicklung mit Fokus auf "Simulation and Gaming". Kognitive Systeme in der PSI-Theorie und deren Anwendung auf Motivationsstile und Motivationsmethoden Aktuelle Forschung zu Belastungsfaktoren in der Arbeitswelt Theoretische Konzepte von Führungsverhalten.
Literatur	 Bildat/Warszta: Psychologie im HR Management. Lengerich 2018. Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen 2008. Gellert/Nowak: Teamarbeit – Teamberatung – Teamentwicklung. Meezen 2010. Kuhl/Scheffer/Mikoleit/Strehlau: Persönlichkeit und Motivation im Unternehmen. Stuttgart 2010. Neuberger: Führen und führen lassen. ⁶ 2001. Scheffer/Kuhl: Erfolgreich motivieren. Kohlhammer 2006 Seliger: Das Dschungelbuch der Führung. Heidelberg 2013. Storch/Kuhl: Die Kraft aus dem Selbst. Bern 2012.

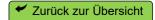


Modulcode			Zuordnung	
	Key Areas of International Personnel Management (Key Areas of International Personnel Management)			
INDINISOTO	Studiengang	Studiengang MA Business Management		

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Sabine Brunner	
Modulart	Wahlpflichtmodul	
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe	
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester	
Credits (ECTS)	5	
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Assignment	
Unterrichtssprache	Englisch	
Voraussetzungen für dieses Modul	General knowledge of Personnel Management (Bachelorniveau)	
Modul ist Voraussetzung für	Keine	
Moduldauer	1 Semester	
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM	

		Dozent*in Art		Kursgröße Anzahl (maximal) Kurse		Workload		
	Lehrveranstaltung		Art			sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Key Areas of International Personnel Management	Prof.in Dr. Brun- ner	Seminar	15	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
	Summe 4					4	60	90
	Gesamtworkload für das Modul				1	50		

	K1, K3, K4, K7, K8, K9			
	Participants will be able to:			
	Position HRM in the value chain of a global organization			
	Differentiate between national and international HRM			
Qualifikationsziele	Analyse the value of HRM in a global organization			
	Decide on the effectiveness of different HRM tools			
	Reflect the role of HRM within change processes			
	 Design training and development settings for delegation and integration of expatriates 			



	Introduction to international HRM
	Strategic HRM and international HRM
Inhalta	International HRM tools
Inhalte	Training and Development
	Performance Management
	Case studies
	Mondy, M (2016): Human Resource Management
Literatur	• Zeuch, M. (2016): Handbook of Human Resource Management
Literatur	Dowling, P. (2017): International Human Resource Management
	 Reiche, Harze, Tenzer (2019): International Human Resource Management
	 Reiche, STahl, Mendenhall, Oddou (2017): Reading and Cases in International Human Resource Management
	 Malik (2022): Strategic Human Resource Management and Employment
	Jeweils ausgewählte Literatur in Abhängigkeit zum Semesterprojekt.
	in der jeweils aktuellen Fassung



Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung
MBM3050	Modellgestützte P (Business Analytics	•	MA
IVIDIVIOUU	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Holger Scheel
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur, 120 min.
Unterrichtssprache	Deutsch (Literatur optional in Englisch)
Voraussetzungen für dieses Modul	-
Modul ist Voraussetzung für	-
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle-Einschreibung
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Business Analytics (V)	Prof. Dr. Scheel	Vorle- sung	20	1	2	30	45
2	Business Analytics (Ü)	Prof. Dr. Scheel	Übung	20	1	2	30	45
3								
4								
5								
	Summe 4						60	90
Gesamtworkload für das Modul						Modul	1	50

	Allgemein: K2, K3, K4, K7, K8, K9, K10 Spezifisch: Die Studierenden können:
Qualifikationsziele	Begriffe und Instrumente der Business Analytics (z.B. Big Data; descriptive, predictive und prescriptive Analytics) einordnen und deren Chancen und Risiken im Kontext der Digitalisierung bewerten.
	erkennen, wann betriebswirtschaftliche Probleme sich für den Einsatz von Business Analytics eignen.
	betriebswirtschaftliche Probleme - ggf. mit Hilfe von Large Language Models wie z.B. ChatGPT - modellieren und klassifizieren, so dass sie mit Standardsoftware bearbeitet oder mit Experten (z.B. Data Scientists) diskutiert werden können.
	dulhandhuch Master RM Seite 57 von 67

Inhalte	 Begriffsklärung, Chancen und Risiken (technisch, ethisch, ökonomisch) Business Statistics und Descriptive Analytics Ausgewählte Instrumente der Predictive/Prescriptive Analytics ("Künstliche Intelligenz", Machine Learning, Simulation, Optimierung u.a.) Ausgewählte Fallstudien aus den Bereichen Marketing, Customer Service, Finance, Produktion & Logistik, Human Resources, z.B.: Effizienz von Marketingkampagnen Portfoliooptimierung Produktempfehlungen (Recommender Systems) Customer Propensity Modelle (Churn etc.) Kreditausfallrisikoanalyse Personaleinsatzplanung Transportplanung
Literatur	 Camm et al. (2023): Business Analytics. Evans, J. (2021): Business Analytics. Gillhuber et al. (2023): Künstliche Intelligenz und Data Science in Theorie und Praxis; Springer Katsov, I. (2023): The Theory and Practics of Enterprise Al: Receipes and Reference Implementations for Marketing, Supply Chain and Production Operations. Provost, F., Fawcett T. (2015): Data Science for Business: What xou need to know about data mining and data-analytic thinking bzw. deutsch: Provost, F., Fawcett, T. (2017): Data Science für Unternehmen: Data Mining und datenanalytisches Denken praktisch anwenden. Seiter, M. (2023): Business Analytics; Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen.



Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM3060	E-Business (E-Business)		MA
I II DINIOUU	Studiengang		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	_

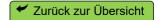
Modulverantwortlich	Prof. Dr. Holger Scheel
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur 90 Minuten
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle-Einschreibung
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Digital Business	Prof. Dr. Scheel	Vorles ung/ Semi- nar	20	1	2	30	45
2	Anwendung von E- Business-Systemen	Prof. Dr. Scheel	Übung / Projekt	20	1	2	30	45
3								
	Summe 4 60 90							
	Gesamtworkload für das Modul 150							

	Allgemein K1; K2; K4; K6; K10
Qualifikationsziele	 Spezifisch Die Studenten verstehen die Funktionsweise ausgewählter Systeme "Künstlicher Intelligenz" und können Chancen und Risiken einschätzen Die Studierenden können betriebliche Herausforderungen durch Digitale Transformation identifizieren und Instrumente zur Erfolgsmessung anwenden Die Studierenden können ausgewählte Aufgaben- und Problemstellungen für die Auswahl und den Einsatz von E-Business-Systemen (z.B. CRM-, CMS- und Onlineshop-Systeme) eigenständig bearbeiten.
	Die Studierenden können Risiken für die Datensicherheit und den Datenschutz im betrieblichen Umfeld einschätzen.
	Die Studierenden können Geschäfts- und Erlösmodelle von Unternehmen des E-Business analysieren und entwickeln.

Modulhandbuch Master BM Seite 59 von 67

	Divital Business
	Digital Business
	Begriffsklärung E-Commerce, E-Business und Digitalisierung
	Instrumente des Digitalen Marketings und CRM
Inhalte	Kriterien zur Auswahl von E-Business-Systemen
	Digitale Geschäfts- und Erlösmodelle
	Ökonomik der Plattformen
	Internet der Dinge und Industrie 4.0
	Grundlagen, Chancen und Risiken Künstlicher Intelligenz
	Datensicherheit und Datenschutz
	Ethik im E-Business
	Anwendung von E-Business-Systemen
	 <u>Fallstudien und</u> praktische Aufgaben am PC unter Verwendung führender E-Business-Systeme, z.B.
	 Shopsysteme wie Shopify
	 CRM-Systeme wie Salesforce
	 Prompt-Engineering und Anwendung von Large Language Models wie ChatGPT
	•
	Kollmann (2022): Digital Business; Springer Gabler
	Kreutzer (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing; Springer Gabler.
	Øverby/Audestad (2021): Introduction to Digital Economics; Springer Gabler
	Kumar et al. (2023): Connecting the Internet of Things; Apress
	Parker/Van Alstyne (2016): Platform Revolution
	Wirtz (2023): Digital Business; Springer Gabler
I Handen	bzw. in der jeweils aktuellen Fassung
Literatur	

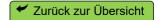


Modulcode	Modulbezeichnun	Zuordnung	
MBM3070	Produktmanagem (Product Managem		MA
	Studiengang	MA Business Management	
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Annette Hoxtell
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: - 4 Leistungsabfragen im Semesterverlauf (20%) - 1 Kurzvortrag in der ersten Semesterhälfte (20%) - 1 Gruppenpräsentation und schriftliche Dokumentation (60%)
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch
Voraussetzungen für dieses Modul	wünschenswert: Grundlagen des Marketing, Teilnahme an Marketing- Planspiel/Simulation (Modul MBM1070)
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Anmeldung zum Modul
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

				Kursgröße Anzahl		Workload		
L	.ehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Produktmanagement	Prof.in Dr. Hoxtell	Projekt- arbeit	20	1	4	60	90
2								
3								
4								
	Summe 4						60	90
	Gesamtworkload für das Modul 150						50	

	<u>Allgemein</u> K1, K2, K6, K7, K8, K9
Ovolifikationariala	Speziell Studierende sind in der Lage, ein Produkt/eine Dienstleistung selbständig zu
Qualifikationsziele	entwickeln inklusive Ausgestaltung des Marketing-Instrumentariums. Dabei berücksichtigen sie wichtige Faktoren des Kauf- und
	Nutzungsverhaltens und analysieren die Konkurrenzsituation. Sie sind mit aktuellen wissenschaftlichen Fragestellungen des Kauf- und
	Nutzungsverhaltens sowie der Produktentwicklung vertraut und lassen diese in
	die Praxis einfließen.



Inhalte	 Kunden- und wettbewerbsorientierte Konzeption eines Produktes/einer Dienstleistung; Festlegung von Marketingzielen, -strategien und des Marketing-Mixes Analyse von Kauf- und Nutzungsverhalten, Customer Journey Mapping
Literatur	 Hoffmann & Akbar: Konsumentenverhalten Jacobsen & Meyer: Praxisbuch Usability und UX <u>Sethna</u>, Z.: Consumer Behavior Grundlagenliteratur zum Marketing sowie Fachartikel und weitere Lektüre werden im Kurs bekannt gegeben



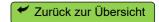
Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnung		Zuordnung
MBM3080	Internationales Ma (International Mana	•	MA
MEMOOO	Studiengang MA Business Management		
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr	

Modulverantwortlich	Prof.in Dr. Anna Nancy Richter	
Modulart	Wahlpflichtmodul	
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe	
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester	
Credits (ECTS)	5	
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: (Gruppen-) Präsentation (50%) und schriftliche Prüfung (50%)	
Unterrichtssprache	Englisch	
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegendes Verständnis der englischen Sprache	
Modul ist Voraussetzung für		
Moduldauer	1 Semester	
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM	
Nutzung durch weitere Studiengänge	MA Materialfluss und Logistik (Pflicht)	

			Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	sws	Workload	
	Lehrveranstaltung	Dozent*in					Präsenz	Selbst- studium
1	Internationales Management	Prof.in Dr. Richter	Vorle- sung	30	1	2	30	60
2	Internationales Management	Prof.in Dr. Richter	Übung	30	1	2	30	30
3								
4								
5								
					Summe	4	60	90
	Gesamtworkload für das Modul 150				50			

	Allgemein K1-3, 6-10, 12
	 Spezifisch Evaluate complex global environments to anticipate risks and
Qualifikationsziele	opportunities.
	 Adapt management practices to cultural diversity and cross-border interactions.
	 Integrate strategic thinking with practical implementation in international settings.
	 Align organizational structures and control systems with global strategies.
	 Demonstrate effective leadership and motivation across cultures and contexts.

Inhaite	 Assessing the Environment: Political, Economic, Legal, Technological Managing Across Cultures: Understanding the Role of Culture, Communicating Across Cultures, Cross-Cultural Negotiation and Decision Making Formulating Strategy Implementing Strategy Organization Structure and Control Systems Motivating and Leading
Literatur	 Essential Reading Deresky, H. (n.d.). International management (Latest ed.). Pearson. Further Reading GLOBE Project. (n.d.). GLOBE project. https://globeproject.com/Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). Cultures and organizations: Intercultural cooperation and its importance for survival. McGraw-Hill. Huntington, S. P. (2002). The clash of civilizations and the remaking of world order. Simon & Schuster. Meyer, E. (2016). The culture map: Decoding how people think, lead, and get things done across cultures. Public Affairs.

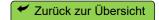


Modulcode	Modulbezeichnung Zuordnu		Zuordnung
MBM4010	Masterthesis (Master Thesis)		MA
	Studiengang MA Business Management		
	Fakultät Wirtschaft-Logistik-Verkehr		

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	4. Fachsemester
Credits (ECTS)	25
Leistungsnachweis	Masterthesis als Prüfungsleistung
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Voraussetzungen zur Anmeldung zur Masterthesis
Modul ist Voraussetzung für	Kolloquium
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Beim Prüfungsamt der Fachrichtung W
Verwendbarkeit des Moduls	

			Kursgröße Anzahl	Anzahl		Workload		
	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	SWS	Präsenz	Selbst- studium
1	Konsultation nach Bedarf/Absprache	Betreuer:in der Abschlussarbeit	Lehrge- spräch	1	1		individuell	Individuell
2								
3								
4								
5								
	Summe Summe Individuell Individuell							
	Gesamtworkload für das Modul 750				50			

Qualifikationsziele	Allgemein: Fähigkeit zur praxisbezogenen und theoretischen wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus dem Business Management Speziell: Individuell, je nach Thema
Inhalte	Individuell, je nach Thema
Literatur	Individuell, je nach Thema

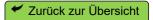


Modulcode	Modulbezeichnung		Zuordnung		
	Kolloquium	Kolloquium MA			
MBM4020	(Colloquium)				
	Studiengang MA Business Management				
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr			

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	4. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Kolloquium über bestandene Masterthesis
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen	Anmeldung zur Masterthesis
für dieses Modul	Kolloquium: Bestandene Masterthesis
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Beim Betreuer der Abschlussarbeit
Verwendbarkeit des Moduls	

				Kursgröße	Anzahl		Workload	
Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	(maximal)	Kurse	sws	Präsenz	Selbst- studium
1	Kolloquium	Betreuer:innen der Abschlussarbeit	Seminar	10	4	1	60	90
2								
3								
4								
5								
	•		60	90				
Gesamtworkload für das Modul						150		

	Allgemein: Die Teilnehmer sollen in der Lage sein			
	 die Arbeitsschritte der eigenständigen wissenschaftlichen Bearbeitunihres Themas zu präsentieren und kritisch zu begründen 			
	 die erforderlichen wissenschaftlichen Methoden zur Themenbearbeitung anzuwenden und deren Leistungsfähigkeit zu beurteilen 			
Qualifikationsziele	 den Diskussionsstand (state of the art) ihres Themas zu erarbeiten und zu präsentieren 			
	 die von den anderen Teilnehmern vorgetragenen Themen methodisch und inhaltlich kritisch zu beleuchten und Anregungen zur weiteren Bearbeitung zu formulieren 			
	Speziell: Individuell, ja nach Thema			



Inhalte	 Bedeutung, Ziele und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens Stand der wissenschaftlichen Diskussion zu ausgewählten Themen des Business Managements Methodische Vorgehensweisen zur Bearbeitung ausgewählter Fragestellungen des Business Managements Präsentation erster Ergebnisse und Einordnung in die wissenschaftliche und praktische Diskussion 	
Literatur	Individuell, je nach Thema	