

Modulhandbuch
Master of Arts
Business Management

Stand: Wintersemester 2021/2022

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 die Rahmenprüfungs- und Rahmenstudienordnung der Fachhochschule Erfurt (PO-Version 20202) und setzt insbesondere die **Studiengangsspezifischen Bestimmungen** für diesen Masterstudiengang um, jeweils zu finden unter:

<https://www.fh-erfurt.de/fhe/studierende/download-center/studien-pruefungsordnungen/wirtschaftswissenschaften/>

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
Professur Wirtschafts- und Arbeitsrecht
- Studiengangsleiterin Master Business Management -

Kontaktdaten:

Fachhochschule Erfurt | Fakultät WLV
Altonaer Str. 25, 99085 Erfurt
E-Mail: nicole.reill-ruppe@fh-erfurt.de
Internet: <http://www.fh-erfurt.de>
Telefon: 0361 6700-141

(Bearbeitungsstand: September 2021)

Studienstruktur/ Modulübersicht

Masterstudiengang Business Management (Master of Arts)			
1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Wirtschafts-privatrecht MBM1010 PM 5 CP	Modellierung von Geschäftsprozessen MBM2010 PM 5 CP	Empirisches Projekt MBM3010 PM 5 CP	Masterthesis MBM4010 PM 25 CP
Rechnungswesen Controlling MBM1020 PM 5 CP	Unternehmens-praxisprojekt MBM2020 PM 5 CP	Steuerlehre Finanzmanagement MBM3020 PM 5 CP	
Modul aus Schwerpunkt (*) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (*) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (*) It. ÜS WPM 5 CP	
<i>(*) verpflichtend eines aus jedem der drei Schwerpunktbereiche zu wählen</i>			
Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	
<i>(**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar</i>			
Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) It. ÜS WPM 5 CP	
<i>(**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar</i>			
Volkswirtschaftslehre A (Public Finance) MBM1090 WPM 5 CP <i>wahlweise im 1. und 3. Semester</i>	Volkswirtschaftslehre B (Industrieökonomik u. Wettbewerbspolitik) MBM2100 WPM 5 CP	Volkswirtschaftslehre A (Public Finance) MBM1090 WPM 5 CP <i>wahlweise im 1. und 3. Semester</i>	
<i>1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits</i>			
Kommunikation A (Teambuilding, Gesprächsführung) MBM1100 WPM 5 CP	Kommunikation B (Gesprächsführung Beratungsprozesse) MBM2110 WPM 5 CP		
<i>1 Modul in zwei Semestern -> 5 Credits</i>			
Wahlmodul WM 5 CP auf Masterniveau aus dem Angebot FHE und anderer HS wählbar	Wahlmodul WM 5 CP auf Masterniveau aus dem Angebot FHE und anderer HS wählbar	Wahlmodul WM 5 CP auf Masterniveau aus dem Angebot FHE und anderer HS wählbar	
<i>1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits</i>			
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)			

gesamt 15 CP
(davon mind. 1 VWL & 1 Kommunikation)

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

Schwerpunkte	Modulname	Modul-Nr.	Semester
Human Resource Management (HRM)	Gestaltungsfelder des Personalmanagements	MBM1030	1
	Arbeitsrecht	MBM2030	2
	Gestaltungsfelder der Personalführung u. -entwicklung	MBM2040	2
	Innovation & Change	MBM2060	2
	Führung-Gruppe-Motivation	MBM3030	3
	Key Areas of International Personnel Management	MBM3040	3
Operations Management (OM)	Supply Chain Management	MBM1040	1
	Business Simulation management Interactive	MBM1050	1
	Innovation & Change	MBM2060	2
	Six Sigma und Lean Management	MBM2070	2
	Modellgestützte Planung	MBM3050	3
	E-Business	MBM3060	3
Marketing Management (MM)	Markt- und Markenmanagement	MBM1060	1
	Planspiel Marketing	MBM1070	1
	Entrepreneurship Management	MBM1080	1
	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 Vertiefungsrichtungen 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	K3
▪ 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	Wirtschaftsprivatrecht (Private Business Law)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nicole Reill-Ruppe
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Hausarbeit und mündliche Präsentation (Gewichtung: HA 70 % und MPL 30%)
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	Wahlmodul im Master Finance und Accounting

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Aktuelle Fragen des Handels- und Gesellschaftsrechts	Prof. Dr. Nicole Reill-Ruppe	Seminar mit integriertem Vorlesungsteil	20	2	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierende 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.
----------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> Die Teilnehmer sind mit den Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens bei rechtswissenschaftlichen Fragestellungen vertraut und können diese unter Heranziehung juristischer Fachquellen umsetzen.
<p>Inhalte</p>	<p>Einführungsvorlesung: <i>Handelsrecht:</i> Inhalte des 1. und 4. Buches des HGB, u.a. Recht der Handelsfirma, Handelsregister, handelsrechtliche Vollmachten, selbstständige Geschäftsmittler, Handelsgeschäfte; <i>Gesellschaftsrechts:</i> 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</p> <p>Seminar: Praktische Fallstudie mit Vergabe von Einzel- und Gruppenthemen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion im Plenum</p>
<p>Literatur</p>	<p>Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle</p> <p>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</p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1020	Rechnungswesen und Controlling (Financial and Management 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 der Kosten- und Erlösrechnung, Kenntnisse im Rechnungswesen
Modul ist Voraussetzung für	-
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	-
Verwendbarkeit des Moduls	Master MuL2750 Controlling für Ingenieure, Wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildungsstudiengänge

Lehrveranstaltung	Dozent/in	Art	Kursgröße (maximal)	Anz. Kurse	SWS	Workload	
						Präsenz	Selbststudium
1 Controlling	Prof. Dr. Gröger	Lehrgespräch mit integrierten Übungen	40	1	2	30	45
2 Rechnungswesen	Prof. Dr. Weinaug	Lehrgespräch mit integrierten Übungen	40	1	2	30	45
3							
4							
5							
Summe					4	60	90
Workload für das Modul						150	

Qualifikationsziele	<p>Controlling Das Modul dient dazu, den Studierenden Grundlagen des Controllings zu vermitteln. Es baut auf der Veranstaltung Kosten- und Erlösrechnung auf.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
----------------------------	---

	<p>Rechnungswesen Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
<p>Inhalte</p>	<p>Controlling:</p> <p>Teil I: Einführung in das Controlling Teil II: Strategische Controlling-Instrumente</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Unternehmenswertmaximierung als unternehmerische Zielsetzung 2. Unternehmensbewertung als Aufgabe des wertorientierten Controlling 3. Wertorientierte Kennzahlen 4. Strategische Kostenrechnung <p>Teil III: Controlling-Instrumente zur Unterstützung operativer Entscheidungen</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Grenzplankostenrechnung 6. Ein- und Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen auf Basis von Grenzplankosten 7. Kontrollrechnungen <p>Teil IV: Koordinationsinstrumente</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Verrechnungspreise 9. Budgetierung <p>Rechnungswesen:</p> <p>Teil I: Funktionsweise des Rechnungswesens</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rechnungswesen als Informationsbasis der Unternehmensführung 2. Rechtliche Grundlagen 3. Vom Inventar zur Bilanz 4. Erfassung der Güter- und Finanzbewegungen <p>Teil II: Buchführung</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Von der Eröffnungsbilanz zur Schlussbilanz 6. Organisation der Bücher 7. Sachverhalte in den Bereichen <ul style="list-style-type: none"> • Warenwirtschaft • Personal • Produktion • Anlagen • Finanzwirtschaft • Steuern 8. Vorbereitung des Jahresabschlusses <p>Teil III Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</p> <ol style="list-style-type: none"> 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

	<p>18. Konzernrechnungslegung 19. Prüfung, Offenlegung und Enforcement Jahresabschlussanalyse</p>
Literatur	<p>Controlling: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ballwieser, W.; Hachmeister, D. (2021): Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart 5. Aufl., 2021. • Brühl, R. (2016): Controlling – Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, 4. Aufl., München 2016. • Coenenberg, A. G.; Fischer T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 9. Aufl., Landsberg am Lech 2016. • Diedrich R.; Dierkes, S.: Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung, Stuttgart 2015. • 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, 8. Aufl., Berlin u. a. 2014. • Horvath, P. et al. (2020): Controlling, 14. Aufl., München 2020. • 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 Deckungsbeitragsrechnung, 13. Aufl., Wiesbaden 2012. • Küpper, H.-U. et al.: Controlling. Konzeption, Aufgaben und Instrumente, 6. Aufl., Stuttgart 2013. • Laux, H.; Liermann, F.: Grundlagen der Organisation. Die Steuerung von Entscheidungen als Grundproblem der Betriebswirtschaftslehre, 6. Aufl., Berlin Heidelberg New York 2005. • Matschke, M. J.; Brösel, G.: Unternehmensbewertung. Funktionen – Methoden – Grundsätze, 4. Aufl., Wiesbaden 2012. • 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, 7. Auflage, Herne Berlin 2019. • Schweitzer, M.; Küpper, H.-U. (2016): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 11. Aufl., München 2016. • Weber, J.; Schäfer, U. (2016): Einführung in das Controlling, 16. Aufl., Stuttgart 2020. <p style="text-align: right;"><i>bzw. die jeweils aktuelle Auflage</i></p> <p>Rechnungswesen: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baetge, J./ Kirsch, H.-J./ Thiele, S.: Bilanzen • Beck'scher Bilanzkommentar: Handels- und Steuerbilanz, hrsg. v. Ellrott, H./ Förtschle, G./ Grottel, B./ Kosikowski, M./ Schmidt, S./ Winkeljohann, N. • Bitz, M./ Schneeloch, D./ Wittstock, W./ Patek, G.: Der Jahresabschluss: Nationale und internationale Rechtsvorschriften, Analyse und Politik

- 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
- Pitz, 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), www.drsc.de
- 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
MBM1030	Gestaltungsfelder des Personalmanagements (Designing Human Resources)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sabine Brunner
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portolioprüfung: Präsentation (60%) und Hausarbeit (40%)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegendes Fachwissen im Personalmanagement (Bachelor niveau)
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
						Präsenz	Selbst- studium
1 Gestaltungsfelder des Personalmanagements	Brunner	Seminar	16	1	4	60	90
2							
3							
4							
5							
Summe					4	60	90
Gesamtworkload für das Modul						150	

Qualifikationsziele	<p>allgemein: K1, K3, K6, K8, K9, K11</p> <p>spezifisch: Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die ganzheitliche Bedeutung des strategischen Personalmanagements und können das Themenfeld im Zusammenhang zur Unternehmensstrategie einordnen • können die Bedeutung des Personalmarketings und des Employer Brandings und deren strategische Einbettung in das moderne Personalmanagement beurteilen und bewerten • können auf Basis der personalwirtschaftlichen Kenntnisse zu den Handlungsfeldern des modernen Personalmanagements (und unter Einbezug wissenschaftlicher Grundlagen) selbständig Praxiskonzepte entwickeln, auswerten und bewerten
----------------------------	--

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Verbindung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement• Strategische Personalplanung und Humankapital• Candidate Experience• Employer Branding und Personalmarketing• Demographie, Arbeitsmarkt und Zielgruppen• Internes und Externes Personalmarketing• Social Media im Personalmarketing• Innovatives Hochschulmarketing
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Birri, R. (2013): Human Capital Management• Lebrecht, C. (2020): Strategie und Personalmanagement: Konzepte und Instrumente zur Umsetzung im Unternehmen• Beck, C. (2012): Personalmarketing 2.0• Bernauer, D. (2010): Social Media im Personalmarketing• Schmidt, H. (2007): Internal Branding• Aktuelle Studien <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1040	Supply Chain Management (Supply Chain Management)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Landwehr
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	Englisch
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

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Supply Chain Management	Prof. Dr. Stefan Landwehr	Vorlesung und Seminar	40	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>allgemein: K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10</p> <p>spezifisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden lernen die theoretischen Kenntnisse zum Supply 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 Lieferanten bis zu den Kunden zu denken und entsprechende Lösungsvorschläge zu generieren.
---------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • 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
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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, H.-Chr.; Logistik-Systeme – betriebliche Grundlagen; 8. Aufl., Springer-Verlag, Berlin 2009 <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1050	Business Simulation management interactive (Business Simulation with management interactive)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ralf Paulus
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Halten eines Vortrages und Anfertigen einer 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

	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Business Simulation	Prof. Dr. Paulus	Sonstiges, und zwar Business Simulation.	20	2	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<u>Allgemein</u> K 10 <u>Speziell</u> Studierende erwerben in einer Gruppe die Fähigkeit ein Unternehmen zu managen, also theoretische Konzepte umzusetzen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • 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

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Vahs, D. „Organisation“ neueste Auflage• Bea, F.X./Haas, J. „Strategisches Management“ neueste Auflage• Schulte-Zurhausen, M. „Organisation“ , neueste Auflage• Vahs, D. „Organisation“ , neueste Auflage• Picot, A.; Dietl, H. „Organisation“ , neueste Auflage• Kieser, A.; Walgenbach, A.. „Organisation“ neueste Auflage• Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand,R. „Die grenzenlose Unternehmung“ neueste Auflage
------------------	--

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1060	Markt- und Markenmanagement (Management of Markets and Brands)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Norbert Drees
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Markenmanagement	Prof. Dr. Norbert Drees	Vorlesung mit Gruppenarbeiten	10	nach Bedarf	2	30	30
2	Branchenspezifisches Marketing	Prof. Dr. Norbert Drees	Seminar	10	nach Bedarf	2	30	60
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1, K2, K3, K5, K7, K8, K10</p> <p><u>Speziell</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erwerben einen Überblick über die wichtigsten Strategieansätze im Marketing und ihrer zielbezogenen Eignung; • Sie erwerben die Fähigkeit zur konzeptbezogenen Bewertung ausgewählter Marketingstrategien; • Die Studierenden verstehen Inhalt und Bedeutung zentraler strategischer Entscheidungsfelder im Produktmanagement; • Sie sind in der Lage, Fragestellungen aus dem strategischen Marketing (Strukturierung, Darstellung, praktische Anwendungsbeispiele) eigenständig inhaltlich zu bewältigen
----------------------------	---

Inhalte	<p>Modulteil 1:</p> <ul style="list-style-type: none">• Markenmanagementkonzepte• Markenformen und -strategien• Branding• Markendehnung• Markenanreicherung <p>Modulteil 2:</p> <p>Branchenspezifische Besonderheiten sowie adäquate Lösungsansätze für das Produktmanagement im</p> <ul style="list-style-type: none">• Konsumgütermarketing• Dienstleistungsmarketing für Profit- und Non-Profit-Organisationen• Groß- und Einzelhandelsmarketing• Investitionsgütermarketing• Marketing für freie Berufe
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Baumgarth, C., Markenpolitik.• Backhaus, K. / Voeth, M., Industriegütermarketing.• Becker, J., Marketingkonzeption.• Drees, N., Vorlesungsskript „Markenmanagement“• Esch, F.-R., Strategie und Technik der Markenführung.• Meffert, H. / Bruhn, M. / Hadwich, K., Dienstleistungsmarketing. <p><i>Sämtliche Werke in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1070	Planspiel Marketing (Business Game Marketing)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marion Klammer-Schoppe
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprfung: Entscheidung zu den einzelnen Spielrunden im Rahmen des Wettbewerbsumfeldes und der eigenen Strategiewahl Abschlusspräsentation im Rahmen eines Geschäftsberichtes Bewertung anhand des erreichten quantitativen Ergebnisses sowie anhand der schriftlichen Dokumentation zum Spielablauf
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlagenkenntnisse aus den Bereichen Strategisches Marketing, Marketing Planung und Einsatz des Marketing-Mix sind Voraussetzungen
Modul ist Voraussetzung für	Empfohlene Voraussetzung für das Modul Produktmanagement im 3. Fachsemester
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Anmeldung in der 1. Semesterwoche
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbststudium	
1	Planspiel Marketing	Prof. Dr. Marion Klammer-Schoppe	Sonstiges, und zwar Planspiel	15	Max. 2	2	30	120
2								
3								
4								
5								
Summe						2	30	120
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1, K2, K6, K7, K8, K9</p> <p><u>Speziell</u> Mit Hilfe des Planspiels TOPSIM-Marketing trainieren die Studierenden ihre Fähigkeit, die verschiedenen Instrumente des Marketing zielgruppengerecht zu planen und zu realisieren und im Rahmen des Marketing-Mix zu koordinieren. Die Teamfähigkeit und die Kompetenz, komplexe Entscheidungen unter Zeitdruck zu treffen, werden gefördert (Gruppenarbeit).</p>
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Strategiebildung für das Unternehmen• Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalyse• Strategische und operative Ausrichtung und Koordinierung der Marketing-Instrumente• Abstimmung mit den Unternehmensbereichen Produktion, Personalplanung und -steuerung sowie Finanzierung• Kreative Umsetzung des Unternehmensauftrittes• Abschlusspräsentation nach ca. 8 simulierten Perioden• Anlegen eines brand fact books
Literatur	Handbuch zum Planspiel TOPSIM Marketing

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Steffen Schwarz
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 Forstmanagement Pflichtmodul MA Erneuerbare Energien Management Pflichtmodul

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Entrepreneurship Management	Schwarz	Vorlesung	50	1	2	30	30
2	Entrepreneurship Management	Schwarz	Übung	25	2	2	30	60
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1-3, K6-10 + 12</p> <p><u>Spezifisch</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende erwerben einen Überblick über die Voraussetzungen und Anforderungen, die mit einer Existenzgründung verbunden sind und sie lernen kennen, wie sich eine Gründung auf die persönlichen Lebensumstände auswirken kann. • Sie sind fähig, eine Geschäftsidee auf ihre Marktfähigkeit zu prüfen. • Die Studierende sind imstande, eine Geschäftsidee in einen aussagefähigen Business Plan umzusetzen. • Sie sind in der Lage in Arbeitsgruppen erfolgreich zusammenzuarbeiten und sie verfügen über Argumentations- und Entscheidungsfähigkeiten.
---------------------	---

<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existenzgründung – Fakten & Grundsätzliches (Gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Existenzgründungen, Motive für eine Existenzgründung, Chancen und Risiken der Selbstständigkeit), • Diagnose der Gründereignung, • Struktur und Phasen der Gründung, • Grundlagen der Gründungsfinanzierung, • Business Plan (Bedeutung und Aufbau)
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlesungsskript • Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation, USA aktuellste Auflage • Ries, Eric: Lean Startup, München aktuellste Auflage <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Collrepp, Friedrich von</i>: Handbuch Existenzgründung – Für die ersten Schritte in die dauerhaft erfolgreiche Selbstständigkeit, Stuttgart aktuellste Auflage • <i>Füser, Karsten</i>: Ratgeber Existenzgründung – 1000 Ideen und Checklisten zum Erfolg, München aktuellste Auflage • <i>Kirst, Uwe</i>: Selbständig mit Erfolg – Wie Sie Ihr eigenes Unternehmen gründen, aufbauen und sichern, aktuellste Auflage München/Unterschleißheim • <i>Kirschbaum, Günter; Naujoks, Wilfried</i>: Erfolgreich in die berufliche Selbstständigkeit, Planegg bei München aktuellste Auflage • <i>Nathusius, Klaus</i>: Gründungsfinanzierung – Wie Sie mit dem geeigneten Finanzierungsmodell Ihren Kapitalbedarf decken, Frankfurt am Main aktuellste Auflage • <i>Schefczyk, Michael; Pankotsch, Frank</i>: Betriebswirtschaftslehre junger Unternehmen, Stuttgart aktuellste Auflage

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1090	Volkswirtschaftslehre A (Public Finance) (Economics A (Public Finance))	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Klaus Merforth
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. oder 3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur 120 min
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist bei den einzelnen Veranstaltungen be- schränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	
Nutzung durch weitere Studiengänge	MA Finance and Accounting

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Finanzpolitik	Prof. Dr. Klaus Merforth	Vorle- sung	40	1	2	30	60
2	Finanzpolitik	Prof. Dr. Klaus Merforth	Übung	20	2	2	30	30
3								
4								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Verständnis der Bedeutung des Staates im Wirtschaftsprozess Die Studierenden können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Staatsquoten beurteilen; Sie sind in der Lage die „optimalen“ Allokations-, Distributions- und Stabilisierungsfrage eigenständig zu bewerten; Sie können öffentliche Budgets (Stadt, Land, Bund) analysieren, Sie kennen Wesen und Funktionsweise des Finanzausgleichs, Sie verfassen fundierte Stellungnahmen zu aktuellen finanzpolitischen Fragestellungen, auch in der Diskussion mit Praktikern / Politikern.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> Ziele, Träger und Instrumente der Finanzpolitik Öffentliche Ausgaben und Einnahmen Theorie und „Praxis“ des öffentlichen Budgets am Beispiel des aktuellen kommunalen, Landes- und / oder Bundeshaushalts Die „optimale“ Staatsverschuldung Wesen und Problematik des Finanzausgleichs

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Blankart, C.B. – Öffentliche Finanzen in der Demokratie, aktuelle Auflage, München;• Peffekoven, R. Einführung in die Grundbegriffe der Finanzwissenschaft, aktuelle Auflage, Darmstadt <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Zimmermann, H. / Henke, K.D. – Finanzwissenschaft, aktuelle Auflage, München• Homburg, St. – Allgemeine Steuerlehre, aktuelle Auflage, München• Bender, D. u.a. (Hrsg.)- Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 1 & 2, aktuelle Auflage, München <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>
------------------	---

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1100	Kommunikation A (Teambuilding, Gesprächsführung) (Communication A (Team building, small group communication))	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Schwandt
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	Führung – Gruppe – Motivation (empfohlen)
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Für Studierende im o.g. Studiengang Anmeldung im Anmeldeverfahren (siehe unten) nötig, Studierende anderer Studiengänge nicht zugelassen Persönliche Anmeldung über Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Teambuilding	Prof. Dr. Schwandt	Seminar	18	2	2	30	45
2	Gesprächsführung und Argumentation	Fr. Brenner/ Hr. Meyer	Seminar	18	2	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Anwärmungen, Teamübungen und Planspiele kennen und deren Anwendbarkeit einschätzen können Fähigkeit, sich auf konstruktivistisch geprägte offene Lernsettings einzulassen, weiterentwickeln Gruppenprozesse wahrnehmen und wertungsarm beschreiben können Leitungs-, Beobachtungs- und Teilnehmerrollen einnehmen und ggf. wechseln können Eigenes Methodenrepertoire für Prozesse der Personal- und Organisationsentwicklung erweitern 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.
----------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind in der Lage, eigene Meinungen kurz, präzise und logisch schlüssig zu formulieren und diese Beiträge in sachlich kontroversen Argumentationen einzusetzen • Studierende erhalten Einblick in Methoden der Persuasion
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Anwärmungen und Energizer • Teamübungen • Simulationen/Planspiele • Reflexionsübungen • Grundannahmen von Simulation and Gaming bzw. Erlebnispädagogik • Klärungsgespräche • Argumentationsübungen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Cialdini: Die Psychologie des Überzeugens.⁸ 2017. • Gellert/Nowak: Teamarbeit – Teamberatung – Teamentwicklung. Meezen ⁴2010. • Heckmair/Michl: Erleben und lernen.⁸ 2018 • Heckmair/Michl: Von der Hand zum Hirn und zurück. 2013. • Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen ⁴2008. <p>Weiterführende/ Vertiefende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geissner/Leuck/Schwandt/Slembek: Gesprächsführung : Führungsgespräche. ⁶2010 <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2010	Modellierung von Geschäftsprozessen (Business Process Modelling)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Ralf Paulus
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	...

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Prozessmanagement	Prof. Dr. Paulus	Vorlesung	30	1	2	30	45
2	Modellierung von Geschäftsprozessen mit ARIS	Prof. Dr. Paulus	Projektarbeit	15	2	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K10</p> <p><u>Speziell</u></p> <p>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.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Gestaltung und Bewertung betrieblicher Prozesse; • Vorgehensmodell für Prozessorientierung • Gestaltung und Optimierung mit ARIS Toolset

Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Schulte-Zurhausen, M. „Organisation“ 6. Auflage 2014 <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Gaitanides, M. „Prozessorganisation“ 2. Auflage 2007• Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R. „Die grenzenlose Unternehmung“ 4. Auflage 2001 <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>
------------------	---

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2020	Unternehmenspraxisprojekt (Corporate Practice Project)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Steffen Schwarz
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	

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Unternehmenspraxis- projekt	Prof. Dr. Schwarz	Vorle- sung	30	1	1	15	10
2	Unternehmenspraxis- projekt	Prof.in Dr. Brunner, Prof. Dr. Landwehr, Prof. Dr. Schwarz	Projekt- arbeit	10	3	2	30	60
3	Unternehmenspraxis- projekt	Prof.in Dr. Brunner, Prof. Dr. Landwehr, Prof. Dr. Schwarz	Projekt- arbeit	10	3	1	15	20
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1-9 + 12</p> <p><u>Spezifisch</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none">• Sie wenden ihre Erfahrungen in Problemlösungsprozessen (Kreativitätsprozesse und analytische Bewertung und Entscheidungsfindung) an.• Dabei ist ein kundenorientiertes Verhalten und teamorientiertes Handeln Grundlage.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ol style="list-style-type: none">1. Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter; Tomas Bohinc, Verlag Gabal; aktuelle Auflage2. IT-Projektmanagement kompakt; Pascal Mangold; Spektrum Akademischer Verlag; aktuelle Auflage3. Handbuch IT-Projektmanagement; Ernst Tiemeyer; Carl Hanser Verlag; aktuelle Auflage

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Maike Langenhan-Komus
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur 120 min.
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 HRM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Aktuelles zum Arbeitsrecht	Prof. Dr. Langenhan-Komus	Vorlesung	40	1	2	30	45
2	Aktuelles zum Arbeitsrecht	Prof. Dr. Langenhan-Komus	Übung	40	1	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>Vertiefter Einblick in aktuelle Entwicklungen des Arbeitsrechts für die betriebliche Praxis:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse im Individual- und Kollektivarbeitsrecht. Sie erlernen, komplexere Themen in diesem Rechtsgebiet arbeitsteilig zu bearbeiten und zu präsentieren. Sie sind in der Lage, aus betriebswirtschaftlicher Sicht arbeitsrechtliche Sachverhalte fachlich einzuordnen und unter Berücksichtigung der unionsrechtlichen und nationalen Rechtsquellen sowie einer dynamischen Rechtsprechung Lösungen für Probleme im Kontext von Arbeitsverhältnissen zu entwickeln, dabei insbesondere Gestaltungsmöglichkeiten bei der Beschäftigung von Arbeitnehmern oder Kriterien der Zusammenarbeit der Betriebsparteien zu erkennen.
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Arbeitnehmerstatus• Abgrenzung Werkvertrag/Arbeitnehmerüberlassung/Arbeitsverhältnis: Gestaltung verschiedener Arbeitsverhältnisse• Mindestlohn und Lohngestaltung• Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz und Schutz vor Diskriminierung am Arbeitsplatz• Teilzeitrecht und Befristungsabreden• Betriebsübergang und Outsourcing-Modell• Neues zum Tarifrecht• Mitbestimmung des Betriebsrats• Unternehmensmitbestimmung• Betriebliches Gesundheitsmanagement und betriebliches• Eingliederungsmanagement
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle• Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben, ebenso Hinweise zur Nutzung der Digitalen Bibliothek der Hochschule

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2040	Gestaltungsfelder der Personalführung und -entwicklung (Designing Personnel Management and Development)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Sabine Brunner
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Präsentation (60%) und Hausarbeit (40%)
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: (siehe unten) Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

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

Qualifikationsziele	<p>K1, K3, K4, K6, K8, K11 Die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Umgang mit herausfordernden Mitarbeitersituationen (u.a. Kündigung, Sucht, Burn-out)

	<ul style="list-style-type: none">• Führungskonzepte und -instrumente• Instrumente der Führungskräfteentwicklung• Gestaltung von Entwicklungskonzepten und geeigneten Trainingsprogrammen
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Rosenstiel, L. (2014): Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement• Lehky, M. (2011): Leadership 2.0 – Wie Führungskräfte die neuen Herausforderungen im Zeitalter von Smartphone, Burnout und Co. Managen <p style="text-align: right;"><i>in der jew. Aktuellen Fassung</i></p>

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Schwandt
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 25%
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	Empfohlene Voraussetzung für Führung – Gruppe – Motivation
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 oder persönlich zu Veranstaltungsbeginn. Studierende anderer Master-Studiengänge: nach persönlicher Absprache möglich.
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM oder OM

	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbststudium
1	Changemanagement	Prof. Dr. Schwandt	Seminar	24	1	2	30	45
2	Innovations- und Technologiemanagement	NN (Nachfolge Prof. Dr. Landwehr)	Seminar	15	1	2	30	45
3	Kreativität und Lernende Organisation	Prof. Dr. Schwandt	Seminar	15	1	2	30	45
Studierende wählen Teil 2 oder 3 alternativ								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • 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
----------------------------	---

	<p>exponentielle Entwicklungen und zeitverzögerte Wirkungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Eppler/Hoffmann/Pfister: Creability. Stuttgart 2014. • Gore: Die Zukunft. 2015. • Hackl: New Work. Wiesbaden 2017. • Hauschildt/Salomo: Innovationsmanagement 2016 • Könniker: Unsere digitale Zukunft. Heidelberg 2018. • Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen 2008. • Rohm: Change-Tools (I und II). Bonn 2015, 2017. • Schiersmann/Thiel: Organisationsentwicklung. Wiesbaden 2011. • Vahs/Bremer: Innovationsmanagement 2015 • Welzer: Alles könnte anders sein. Frankfurt 2019 <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2070	Six Sigma und Lean Management (Six Sigma and Lean Management)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Stefan Landwehr
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: (siehe unten) Anmeldung über Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

Lehrveranstal- tung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Six Sigma und Lean Manage- ment	Prof. Dr. Stefan Landwehr	Blockveranstal- tung als Workshop und praktische An- wendung	25	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>Allgemein: K1, K3, K6, K7, K8, K9, K10, K12</p> <p>Spezifisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.
---------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2080	Empirische Sozialforschung / Marktforschung (Empirical Social Research / Market Research)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Studiengangsleiter
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Mündliche Prüfungsleistung: Referat
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
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

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Informations- Erhebung	Lehrbeauftragte*r	Seminar	30	1	2	30	60
2	Informations- Auswertung	Lehrbeauftragte*r	Übung	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>Allgemein: K1, K5</p> <p>Speziell: Studierende erwerben einen Überblick über empirische Erhebungs- und Auswertungsmethoden und sind in der Lage, über den Einsatz dieser Methoden fachgerecht zu entscheiden#</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Referate über Erhebungsmethoden, • Übungen zu Auswertungsmethoden mit Hilfe eines komplexen Programmsystems (z.B. SAS)
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Malhotra, N. K., Marketing Research • Döring, N., Bortz, J., Forschungsmethoden und Evaluation <p style="text-align: right;"><i>in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Nicole Reill-Ruppe
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprfüfung: Hausarbeit und mündliche Präsentation (Gewichtung: HA 50 % und MPL 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

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Marketingrecht – Rechtsrahmen einer marktorientierten Unter- nehmensführung	Prof. Dr. Nicole Reill-Ruppe	Seminar mit inte- griertem Vor- sesungs- teil	20	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> 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. 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 realwirtschaftlicher Unternehmen ermitteln und interessensbezogen einordnen.
----------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none">• Die Studierenden sind sensibel im Umgang mit personenbezogenen Daten und in der Lage, zwischen Möglichkeiten und Grenzen der Datenverarbeitung bei konkreten Anlässen im Unternehmensalltag zu differenzieren.• Sie beherrschen wesentliche Begriffe und Marktverhaltensregeln im Wettbewerb und können diese auf konkrete Methoden des lautereren Wettbewerbs übertragen und zwischen den Marktteilnehmer interessengerecht 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	<p>Einführungsvorlesung: Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes, insbesondere Patent und Markenrecht Grundlagen des Datenschutzrechts; Wesentliche Prinzipien im Wettbewerbsrecht, insbesondere Grundsätze des lautereren Wettbewerbs, Vergleichende und irreführende Werbung</p> <p>Seminar: Praktische Fallstudie mit Vergabe von Einzel- und Gruppenthemen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion im Plenum</p>
Literatur	<p>Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle</p> <p>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</p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2100	Volkswirtschaftslehre B (Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik) (Economics B (Industrial economics))	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. K.-H. 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

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbststudium	
1	Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik	Prof. Dr. K.-H. Moritz	Vorlesung	20	1	2	30	45
2	Industrieökonomik und Wettbewerbspolitik	Prof. Dr. K.-H. Moritz	Übung	10		2	30	45
3								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>allgemein:</u> K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10</p> <p><u>spezifisch:</u> 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.</p>
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Spieltheorie• Grundlagen der Oligopoltheorie• Preisdifferenzierung• Kartelle• Fusionen• Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• 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.• SCHULZ, N. (2003) Wettbewerbspolitik, Stuttgart.• 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 <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2110	Kommunikation B (Gesprächsführung, Beratungsprozesse) (Communication B (Conflict Management, Coaching Basics))	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Schwandt
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung
Unterrichtssprache	Deutsch / Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Keine
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist bei den einzelnen Veranstaltungen beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle
Verwendbarkeit des Moduls	...

	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbststudium
1	Gesprächsführung	Fr. Brenner, Hr. Meyer	Seminar	15	1	2	30	45
2	Selbstmanagement	Prof. Dr. Schwandt	Seminar	15	1	2	30	45
3	Beratungsprozesse	Prof. Dr. Schwandt	Seminar	15	1	2	30	45
4	Konfliktmanagement	Fr. Brenner, Hr. Meyer	Seminar	15	1	2	30	45
Die Studierenden wählen zwei aus den vier angebotenen Lehrveranstaltungen.								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • Gesprächsführung: zuhören – nachfragen – argumentieren; Abgleich von Selbst- und Fremdwahrnehmung durch Feedback; Gesprächslei-

	<p>tung in Klärungs- und Streitgesprächen; Reflexion von Kommunikation im Arbeitsalltag</p> <ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• 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 <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

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

Modulverantwortlich	Studiengangsleiter
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit (Bericht über das empirische Projekt)
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
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	...

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Empirisches Projekt - Betreuung Datenerhebung	Lehrbeauftragte*r	Projekt- arbeit	30	1	2	30	60
2	Empirisches Projekt - Betreuung Datenauswertung	Lehrbeauftragte*r	Projekt- arbeit	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>Allgemein: K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12</p> <p>Speziell: Studierende planen, führen durch, werten aus und präsentieren eigene empirische Untersuchungen</p>
Inhalte	Planung, Durchführung, Auswertung und Präsentation von eigenen empirischen Untersuchungen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Malhotra, N. K., Marketing Research • Döring, N., Bortz, J., Forschungsmethoden und Evaluation <p style="text-align: right;"><i>in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

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	-

Lehrveranstaltung	Dozent/in	Art	Kursgröße (maximal)	Anz. Kurse	SWS	Workload	
						Präsenz	Selbststudium
1 Steuerlehre	Prof. Dr. Hans Werdich	Vorlesung	40	1	2	30	45
2 Finanzmanagement	Prof. Dr. Christian Foos	Lehrgespräch mit Übungen	40	1	2	30	45
3							
4							
5							
Summe					4	60	90
Workload für das Modul						150	

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

	<p>Lehrveranstaltung Finanzmanagement:</p> <p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 gängigen Methoden zur Bewertung Anleihen und Aktien und können 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.
<p>Inhalte</p>	<p>Lehrveranstaltung Steuerlehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 <p>Die Studierenden gewinnen durch das Modul grundlegende Kenntnisse im nationalen Steuerrecht und Erkenntnisse über die Bedeutung der Steuern für die Praxis</p> <p>Lehrveranstaltung Finanzmanagement:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investition und Rendite 2. Bewertung von Anleihen und Aktien 3. Diversifikation und Portfoliotheorie 4. Bestimmung der Kapitalkosten
<p>Literatur</p>	<p>Lehrveranstaltung Steuerlehre:</p> <p>Arbeitsunterlagen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen, in der jeweils aktuellsten Auflage • Wichtige Steuerrichtlinien, in der jeweils aktuellsten Auflage • Richtlinien in Auszügen zur Abgabenordnung, Einkommensteuer, Lohnsteuer, Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer, in der jeweils aktuellsten Auflage <p>Einführungsliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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
MBM3030	Führung – Gruppe – Motivation (Leadership – Group Processes – Motivation)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Schwandt
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Reflexionstext und Hausarbeit
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 über Moodle oder persönlich. Bei Überschreitung der Teilnehmerzahl werden Studierende der Vertiefung HR vorrangig berücksichtigt.
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Führung – Gruppe – Motivation 1 Prof. Dr. Schwandt	Vorle- sung	20	1	2	30	45	
2	Führung – Gruppe – Motivation 2 Prof. Dr. Schwandt	Seminar	20	1	2	30	45	
3								
4								
5								
					Summe	4	60	90
Gesamtworkload für das Modul						150		

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> Studierende können ihr eigenes Verhalten in Gruppen und Teams auf der Basis theoriebasierter Modelle reflektieren Studierende kennen die PSI-theorie von Kuhl und können auf deren Basis zwischen unterschiedlichen Motivationsformen und –methoden unterscheiden und passende alltagspraktische Konsequenzen ableiten Studierende sind in der Lage, eigenes und fremdes Verhalten in Gruppen (Teams) zu reflektieren Studierende können Kommunikations- und Teamprozesse differenziert wahrnehmen und beschreiben Studierende können Aussagen über Führung in einen theoretisch-
----------------------------	---

	<p>konzeptuellen Rahmen einordnen und bewerten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studierende lernen, Führungs- und Leitungsaufgaben in Gruppen zu übernehmen.
<p>Inhalte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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.
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bildat/Warszta: Psychologie im HR Management. Lengerich 2018. • Kriz/Nöbauer: Teamkompetenz. Göttingen 2008. • Gellert/Nowak: Teamarbeit – Teamberatung – Teamentwicklung. Meezen 2010. • Haubl/Voß: Belastungsstörung mit System. Göttingen 2013. • 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. <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode		Zuordnung
MBM3040	Key Areas of International Personnel Management (Key Areas of International Personnel Management)	
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. 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 (Bachelor niveau)
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Key Areas of International Personnel Management	Prof.in Dr. Brunner / Lehrbeauftragte* ^r	Seminar	15	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p>K1, K3, K4, K7, K8, K9</p> <p>Participants will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Position HRM in the value chain of a global organization • Differentiate between national and international HRM • 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
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Introduction to international HRM• Strategic HRM and international HRM• International HRM tools• Training and Development• Performance Management• Case studies
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Mondy, M (2016): Human Resource Management• Zeuch, M. (2016): Handbook of Human Resource Management Vertiefende Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Dowling, P. (2017): International Human Resource Management <p><i>in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM3050	Modellgestützte Planung (Business Analytics)	MA
	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	-
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
						Präsenz	Selbst- studium
1 Modellgestützte Planung	Prof. Dr. Scheel	Vorlesung	20	1	1	15	45
2 Modellgestützte Planung	Prof. Dr. Scheel	Übung	20	1	3	45	45
3							
4							
5							
Summe					4	60	90
Gesamtworkload für das Modul						150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein:</u> K2, K3, K4, K7, K8, K9, K10</p> <p><u>Spezifisch:</u> Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 modellieren und klassifizieren, so dass sie mit Standardsoftware bearbeitet oder mit Experten (z.B. Data Scientists) diskutiert werden können. • ausgewählte Analytics-Instrumente selbstständig anwenden (z.B. mit Spreadsheets, Statistik- oder Optimierungssoftware). • Ergebnisse zielgruppengerecht aufbereiten und Modell-Lösungen kritisch hinterfragen.
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Begriffsklärung, Chancen und Risiken (technisch, ethisch, ökonomisch)• Business Statistics und Descriptive Analytics• Ausgewählte Instrumente der Predictive/Prescriptive Analytics (Simulation, Optimierung u.a.)• Ausgewählte Fallstudien aus den Bereichen Marketing, Customer Service, Finance, Produktion & Logistik, Human Resources, z.B.:<ul style="list-style-type: none">• Effizienz von Marketingkampagnen• A/B Tests im Digitalen Marketing• Portfoliooptimierung• Kreditausfallrisikoanalyse• Personaleinsatzplanung• Beschaffungsmanagement• Transportplanung
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Albright, S.C., Winston, W.L. (2017): Practical Management Science.• Evans, J. (2021): Business Analytics.• Powell, S., Baker, K. (2019): Business Analytics: The Art of Modeling with Spreadsheets.• Seiter, M. (2019): Business Analytics; Wie Sie Daten für die Steuerung von Unternehmen nutzen.• Provost, F., Fawcett T. (2015): Data Science for Business: What you 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.• Thonemann, U. (2015): Operations Management. <p style="text-align: right;"><i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM3060	E-Business (E-Business)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Studiengangsleiter
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	Erfolgreiche Teilnahme am Modul „Modellierung von Geschäftsprozessen“
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: (siehe unten) Moodle-Einschreibung
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

	Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Grundlagen des E-Business	Lehrbeauftragte*r	Seminar	40	1	2	30	45
2	Anwendung von CRM- und E-Commercesystemen	Lehrbeauftragte*r	Übung / Projekt	20	2	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1; K2; K4; K6; K10</p> <p><u>Spezifisch</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können ausgewählte Aufgaben- und Problemstellungen für die Auswahl und den Einsatz von CRM-, CMS- und Onlineshop-Systemen 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. • Die Studenten kennen die Aufgabe und Bedeutung von Standards im elektronischen Informationsaustausch.
----------------------------	--

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Das Internet und seine Dienste als Basis des E-Business• Datensicherheit und Datenschutz• Geschäfts- und Erlösmodelle des E-Business• Standards im unternehmensübergreifenden Informationsfluss• Softwaresysteme für E-Commerce, E-Procurement und CRM-• Kriterien zur Auswahl von E-Business-Systemen• Anwendungsfelder des E-Business• Grundlagen der Blockchaintechnologie• Aktuelle Entwicklungen im E-Business
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Electronic Business; B. Wirtz; Springer Gabler 2018• E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft; T. Kollmann; Springer Gabler Verlag 2016;• Supply Chain Management: Grundlagen, Strategien, Instrumente und Controlling; H. Werner; Springer Gabler 2017• Geschäftsmodelle in Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge; T. Kaufmann; Verlag: Springer Vieweg 2015• Blockchain Grundlagen; D. Drescher; mitp Verlag 2017 <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• CRM für Online-Shops: Make Big Data Small - Erfolgreiches Customer Relationship Management im E-Commerce; O. Walter; mitp Verlag 2016• Blockchain im B2B-Einsatz: Technologien, Anwendungen und Projekte; Michael Merz; MM Publishing; 2019• Von der Industrie 4.0 zum Geschäftsmodell 4.0: Chancen der digitalen Transformation; Reinhard Ematinger; Springer Gabler 2018• CRM für Online-Shops: Make Big Data Small - Erfolgreiches Customer Relationship Management im E-Commerce; Olga Walter; mitp Verlag 2016 <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM3070	Produktmanagement (Product Management)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Marion Klammer-Schoppe
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprfung: Präsentation ausgewählter Zwischenergebnisse, Endpräsentation des Gesamtprojektes und Vorlage einer schriftlichen Ausarbeitung
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Kenntnisse zu den Grundlagen im Marketing, insb. Ziel- und Strategiebildung, operativer Einsatz der Marketing-Instrumente; Fähigkeiten zur Unternehmens-, Wettbewerbs- und Kundenanalyse, Zielgruppenfestlegung
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Anmeldung zum Modul
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Produktmanagement	Prof. Dr. Marion Klammer-Schoppe	Projektarbeit	15	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1, K2, K6, K7, K8, K9</p> <p><u>Speziell</u> Studierende sollen auf Basis einer Marktanalyse ein kunden- und wettbewerbsrelevantes Produkt entwickeln und darauf aufbauend das Marketinginstrumentarium darstellen. Die Teamfähigkeit und die Kompetenz, komplexe Entscheidungen zu treffen, werden gefördert (Gruppenarbeit).</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Kunden- und wettbewerbsorientierte Erarbeitung und marktgerechte Ausformulierung eines Produktes • Definition der Marketingziele, -strategien und des Marketing-Mixes • Zielgruppenspezifische Marktbearbeitung • Kreative Umsetzung eines Kommunikationsansatzes
Literatur	Grundlagenliteratur zum Marketing

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM3080	Internationales Management (International Management)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Steffen Schwarz
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	Deutsch/Englisch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegendes Verständnis der englischen Sprache Kenntnis der angegebenen Literaturliste
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)

Lehrveranstaltung	Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload		
						Präsenz	Selbst- studium	
1	Internationales Management	Prof. Dr. Rös- mann, Schwarz, Prof. Dr. Wagner	Vor- lesung	30	1	2	30	60
2	Internationales Management	Prof. Dr. Rös- mann, Schwarz, Prof. Dr. Wagner	Übung	30	1	2	30	30
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	<p><u>Allgemein</u> K1-3, 6-10, 12</p> <p><u>Spezifisch</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen das unternehmerische Zielsystem (Wertorientiertes Management – ökonomische, ökologische und soziale Aspekte der Unternehmensführung) • Sie können operative und strategische Risiken beurteilen und besitzen Fähigkeiten im internationalen Management.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Theorie des wertorientierten Managements • Instrumente der Unternehmensbewertung und des Risikomanagements • Übungen zum internationalen Management

<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none">• Copeland, T., Unternehmenswert, Frankfurt M. aktuelle Auflage• Groll, K.-H., Kennzahlen für das wertorientierte Management, München 2003• Porter, M.E., What is Strategy? Harvard Business Review, Nov. – Dec. 1996, S. 61–78• Porter, M.E., Wettbewerbsstrategie, Frankfurt, aktuelle Auflage <p>Vertiefende/ Weiterführende Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Rösmann, H., Aufbau von Tochtergesellschaften und internationalen Joint Ventures in der Kfz-Zulieferindustrie in Ostasien, in: Bensberg F., vom Brocke, J., Schultz, M.B. (Hrsg.), Trendberichte zum Controlling, Heidelberg 2004, S. 451-468 <p><i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i></p>
-------------------------	---

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

Modulverantwortlich	Studiengangsleiter
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	

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

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
MBM4020	Masterseminar und Kolloquium (Master Seminar and Colloquium)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

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

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

Qualifikationsziele	<p>Allgemein: Die Teilnehmer sollen in der Lage sein</p> <ul style="list-style-type: none"> die Arbeitsschritte der eigenständigen wissenschaftlichen Bearbeitung ihres Themas zu präsentieren und kritisch zu begründen die erforderlichen wissenschaftlichen Methoden zur Themenbearbeitung anzuwenden und deren Leistungsfähigkeit zu beurteilen 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 <p>Speziell: Individuell, je nach Thema</p>
----------------------------	---

Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• 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