

Modulhandbuch

Master of Arts

Business Management

Stand: Wintersemester **2025/2026**

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

P r ä a m b e l

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

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

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

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

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

Das Modulhandbuch wird jährlich zum Wintersemester aktualisiert.

Bei Fragen oder Anmerkungen stehe ich Ihnen gern zur Verfügung.

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

Kontakt Daten:

Fachhochschule Erfurt | Fakultät WLV
Altonaer Str. 25, 99085 Erfurt
E-Mail: nicole.reill-ruppe@fh-erfurt.de
Telefon: 0361 6700-6141

(Bearbeitungsstand: Oktober 2025)

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 (*) lt. ÜS WPM 5 CP <i>(*) verpflichtend eines aus jedem der drei Schwerpunktbereiche zu wählen</i>	Modul aus Schwerpunkt (*) lt. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (*) lt. ÜS WPM 5 CP	
Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP <i>(**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar</i>	Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP	
Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP <i>(**) frei aus den drei Schwerpunktbereichen wählbar</i>	Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP	Modul aus Schwerpunkt (**) lt. ÜS WPM 5 CP	
Volkswirtschaftslehre A (Public Finance) MBM1090 WPM 5 CP <i>wahlweise im 1. und 3. Semester</i> 1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits	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>	Kolloquium MBM4020 PM 5 CP
Kommunikation A (Gesprächsführung & Konfliktmanagement) MBM1100 WPM 5 CP 1 Modul in zwei Semestern -> 5 Credits	Kommunikation B (Selbstmanagement & Gesprächsführung in Beratung) MBM2110 WPM 5 CP		
Wahlmodul WM 5 CP auf Masterniveau aus dem Angebot FHE und anderer HS wählbar 1 Modul in drei Semestern -> 5 Credits	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	
1 aus 3 = 5 CP	1 aus 3 = 5 CP	1 aus 2 = 5 CP	gesamt 15 CP (davon mind. 1 VWL & 1 Kommunikation)
30 CP	30 CP	30 CP	30 CP
gesamt 120 Kreditpunkte (CP)			
Legende - Beschriftung unter dem Modulnamen (1) (2) (3) (1) Modulnummer oder lt. ÜS = laut folgender Übersicht (2) Modulart: PM = Pflichtmodul, WPM = Wahlpflichtmodul, WP = Wahlmodul (3) Anzahl CP = Kreditpunkte			

Übersicht Wahlpflichtmodule in den drei Schwerpunkten HRM / OM und MM

Schwerpunkte	Modulname	Modul-Nr.	Semester
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 entfällt	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 Studienschwerpunkten Human Resource Management, Operations Management sowie Marketing Management vermittelt. Eine Schwerpunktsetzung in diesen Vertiefungen ist individuell möglich und wird durch eine Kombination von Wahlpflichtfächern bestimmt.

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

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

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

Dies bedeutet insbesondere:

▪ die sichere Beherrschung der relevanten Fachinhalte und Methoden	K1
▪ die Fähigkeit, wirtschaftliche Entwicklungsprozesse einzuleiten oder zu erkennen, ihre Folgen einzuschätzen und begründete Entscheidungen daraus abzuleiten bzw. Entscheidungsvorlagen zu entwickeln	K2
▪ die Beherrschung relevanter Managementtechniken, Entscheidungsunterstützung basierend auf aktuellen und wissenschaftlich anerkannten Methoden	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	Wirtschaftsprivatright - Unternehmensrecht (Private Business Law)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

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

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

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

	Die Teilnehmer sind mit den Besonderheiten des wissenschaftlichen Arbeitens bei rechtswissenschaftlichen Fragestellungen vertraut und können diese unter Heranziehung juristischer Fachquellen umsetzen.
Inhalte	Einführungsvorlesung: <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, Nachfolge Regelungen bei der Personengesellschaft; Strukturmerkmale, Organe und Mitgliedschaft bei Kapitalgesellschaften, insbesondere Gründungsvorgang/Entwicklungsstufen einer juristischen Person, Gesellschaftsvertrag, Organstellung und Dienstverhältnis des Geschäftsführers/Vorstands, Kapitalaufbringung und –erhaltung, Übertragung von Geschäftsanteilen, Haftung der gesetzlichen Vertreter im Innen- und Außenverhältnis in der Krise bis zur Insolvenzreife Seminar: Praktische Fallstudie mit Vergabe von Einzelhemen/Spezialfragestellungen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion im Plenum
Literatur	Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle Allgemeine Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben, ebenso Hinweise zur Nutzung der Digitalen Bibliothek der Hochschule, insbesondere zur Nutzung der juristischen Fachdatenbanken, themenspezifische Literatur wird im Rahmen von Konsultationen thematisiert

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1020	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 im internen und externen Rechnungswesen sowie Kenntnisse über die dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung
Modul ist Voraussetzung für	-
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	-
Verwendbarkeit des Moduls	Master MuL2750 Controlling für Ingenieure, MFRT3020 BWL-Modul, Wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildungsstudiengänge

Lehrveranstaltung		Dozent/in	Art	Kursgröße (maximal)	SWS	Workload	
						Präsenz	Selbst- studium
1	Controlling	Prof. Dr. Gröger	Seminar- unterricht	40	2	30	45
2	Rechnungs- wesen	Prof. Dr. Weinaug	Seminar- unterricht	40	2	30	45
Summe					4	60	90
Workload für das Modul						150	
Qualifikationsziele			Controlling Das Modul dient dazu, den Studierenden Grundlagen des Controllings zu vermitteln. Es baut auf den Bachelor-Veranstaltungen Investition und Finanzierung sowie Kosten- und Erlösrechnung auf.				
			• Sie erfahren, wie das Controlling in die Betriebswirtschaftslehre eingebettet ist • Sie lernen die theoretische und praktische Bedeutung des Controllings kennen • Ihnen werden Kenntnisse über die Konzeption und Anwendung strategischer und operativer Controlling-Instrumente vermittelt • Sie erfahren, wie die Controlling-Instrumente zusammenhängen und in der praktischen Anwendung aufeinander abzustimmen sind • Anhand praxisorientierter Beispiele in Vorlesung und Übung erarbeiten Sie sich die Fähigkeit, die Controlling-Instrumente selbständig anzuwenden				

	Rechnungswesen Die Studierenden • erwerben fachspezifisches Wissen über die Rechnungslegung • kennen die gesetzlich vorgeschriebenen Bilanzierungsgrundsätze und eingeräumten Wahlrechte im Rahmen der Rechnungslegung und • können diese bei konkreten wirtschaftlichen Tatbeständen eigenständig anwenden, analysieren und bewerten
Inhalte	Controlling: Teil I: Einführung in das Controlling Teil II: Strategische Controlling-Instrumente 1. Unternehmenswertmaximierung als unternehmerische Zielsetzung 2. Nachhaltigkeit im Shareholder Value Kontext 3. Unternehmensbewertung als Aufgabe des wertorientierten Controllings 4. Wertorientierte Kennzahlen 5. Strategische Kostenrechnung Teil III: Controlling-Instrumente zur Unterstützung operativer Entscheidungen 6. Grenzplankostenrechnung 7. Ein- und Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnungen auf Basis von Grenzplankosten 8. Kontrollrechnungen Teil IV: Koordinationsinstrumente 9. Verrechnungspreise 10. Budgetierung Rechnungswesen: Teil I: Funktionsweise des Rechnungswesens 1. Rechnungswesen als Informationsbasis der Unternehmensführung 2. Rechtliche Grundlagen 3. Vom Inventar zur Bilanz 4. Erfassung der Güter- und Finanzbewegungen Teil II: Buchführung 5. Von der Eröffnungsbilanz zur Schlussbilanz 6. Organisation der Bücher 7. Sachverhalte in den Bereichen • Warenwirtschaft • Personal • Produktion • Anlagen • Finanzwirtschaft • Steuern 8. Vorbereitung des Jahresabschlusses Teil III Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse 9. Ziele und Grundsätze der Jahresabschlusserstellung 10. Bilanzierung der Aktiva 11. Bilanzierung der Passiva 12. Übrige Bilanzposten 13. Gewinn- und Verlustrechnung 14. Kapitalflussrechnung 15. Anhang 16. Lagebericht 17. Bilanzierung nach internationalen Rechnungslegungsstandards

	18. Konzernrechnungslegung 19. Prüfung, Offenlegung und Enforcement Jahresabschlussanalyse
Literatur	Controlling: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie: • Ballwieser, W.; Hachmeister, D.: Unternehmensbewertung: Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart. • Brühl, R.: Controlling – Grundlagen einer erfolgsorientierten Unternehmenssteuerung, München. • Coenenberg, A. G.; Fischer T. M.; Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Landsberg am Lech. • Diedrich R.; Dierkes, S.: Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung, Stuttgart. • Dierkes, S.; Schäfer, U.: DCF-Verfahren und wertorientierte Kennzahlen, in: Controlling - Zeitschrift für erfolgsorientierte Unternehmenssteuerung, 27. Jg., Heft 1, 2015, S. 19-25. • Ewert, R.; Wagenhofer, A.: Interne Unternehmensrechnung, Berlin ua • Horvath, P. et al.: Controlling, München. • Hirsch, B.: Der Economic Value Added, in: Wirtschaftswissenschaftliches Studium, 36. Jg., 2007, S. 62-68. • IDW S 1 i.d.F. 2008: Grundsätze zur Durchführung von Unternehmensbewertungen, in: Die Wirtschaftsprüfung, Supplement 3/2008, S. 68 ff. • Kilger, W.; Pampel, J. R.; Vikas, K.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, Wiesbaden. • Küpper, H.-U. et al.: Controlling. Konzeption, Aufgaben und Instrumente, Stuttgart • Matschke, M. J.; Brösel, G.: Unternehmensbewertung. Funktionen – Methoden – Grundsätze, Wiesbaden. • Meer-Kooistra, J. van der (1994): The Coordination of Internal Transactions: The Functioning of Transfer Pricing Systems in the Organizational Context, in: Management Accounting Research, Vol. 5, 1994, S. 123-152. • Peemöller (Hrsg.): Praxishandbuch der Unternehmensbewertung, Herne Berlin. • Schweitzer, M.; Küpper, H.-U.: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München. • Weber, J.; Schäfer, U.: Einführung in das Controlling, Stuttgart. <i>bzw. die jeweils aktuelle Auflage</i> Rechnungswesen: Skript zur Vorlesung (moodle-Zugriff wird in der 1. Veranstaltung bekanntgegeben), sowie: • 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
- Pilz, G.: Bilanzierung
- Ruhnke, K./ Simons, D.: Rechnungslegung nach IFRS und HGB
- Scherrer, G.: Rechnungslegung nach neuem HGB
- Tanski, J.S.: Jahresabschluss
- Wehrheim, M./ Gehrke, M./ Renz, A.: Die Handels- und Steuerbilanz Bilanzierung, Bewertung und Gewinnermittlung
- Gesetzestexte, IFRS-Standards

bzw. die jeweils aktuelle Auflage

Internetquellen:

- Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, www.bafin.de
- Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung DPR e. V. (DPR)/ Financial Reporting Enforcement Panel (FREP): www.frep.info
- Deutsches Rechnungslegungs Standards Committee e. V. (Hrsg.): Deutsche Rechnungslegungs Standards (DRS), 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.in Dr. Sabine Brunner
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung: Präsentation (80%) und Hausarbeit (20%)
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Grundlegendes Fachwissen im Personalmanagement (Bachelorniveau)
Modul ist Voraussetzung für	Keine
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle Anmeldung zu Semesterbeginn
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

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

Qualifikationsziele	allgemein: K1, K3, K6, K8, K9, K11 spezifisch: Die Studierenden • 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	• Verbindung von Unternehmensstrategie und Personalmanagement • Strategische Personalplanung und Humankapital • Aktuelle personalpolitische Trends, u.a. • Diversity und Inklusion (u.a. Diversity Management) • Digital HRM (u.a. Digitalisierung und digitale Transformation von HRM) • Employer Branding und Recruiting (u.a. Personalplanung, -marketing, -beschaffung) • Future of Work (u.a. Arbeitsplatz, -gesundheit)
Literatur	• Bröckermann (2021): Personalwirtschaft, Schäffer-Pöschel • Holtbrügge (2022): Personalmanagement, Springer • Träger (2021): Personalmanagement, Vahlen • Ternes (2023): Agenda HR - Digitalisierung, Arbeit 4.0, New Leadership • Gärtner (2020): Smart Human Resources • Nürnberg (2019): Agiles HR-Management • Aktuelle Studien, wissenschaftliche Journal-Beiträge in Abhängigkeit zu den gewählten Trends und Semesterprojekten. <i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i>

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

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung (ad interim)
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Portfolioprüfung bestehend aus - Präsentation der Ergebnisse 40% - Bearbeitung von Fallstudien (inkl. schriftlicher Stellungnahme) 60%
Unterrichtssprache	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; Modul im Master Nachhaltige Logistik

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

Qualifikationsziele	allgemein: K1, K2, K3, K6, K7, K8, K9, K10 spezifisch: - 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	• 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	• 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 Vertiefende/ Weiterführende Literatur: • Tempelmeier, H.: Übungen zu Supply Chain Management und Produktion, 2005 • Meier, A./ Stormer, H.: E-Business & E-Commerce; Management der digitalen Wertschöpfungskette; 2012 • Van Weele, A.: Purchasing and Supply Chain Management Analysis, Strategy, Planning and Practice; 2014 • Schulte, Ch.; Optimierung der Supply Chain; 6.Aufl., Verlag Vahlen, Wiesbaden 2004 • Pfohl, H.-Chr.; Logistik-Systeme – betriebliche Grundlagen; 8. Aufl., Springer-Verlag, Berlin 2009 <i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i>

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Business Simulation	Prof. Gehrke	Sonstiges, und zwar Business Simulation.	20	1	4	60	90
2								
3								
4								
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	• 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	• 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.in Dr. Annette Hoxtell
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit (80%) und Kurzvortrag (20%)
Unterrichtssprache	Deutsch und Englisch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt MM

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Markenmanagement	Prof.in Dr. Hoxtell	Seminar	20	1	2	30	30
2	Branchenspezifisches Marketing	Prof.in Dr. Hoxtell	Seminar	20	1	2	30	60
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Johannes Pauser
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	1. oder 3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Klausur 120 min
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	Empfohlene Grundlage: Grundkenntnisse aus dem Modul Wirtschaftspolitik (BBA4230)
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist bei den einzelnen Veranstaltungen 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. Pauser	Vorle- sung	20	2	2	30	60
2	Finanzpolitik	Prof. Dr. Pauser	Übung	20	2	2	30	30
3								
4								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul								150

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

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

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM1100	Kommunikation A (Gesprächsführung & Konfliktmanagement) (Communication A (Conversation techniques and conflict management))	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Gesprächsführung und Argumentation	PACKS / Günther Sturmlechner	Seminar	18	1	2	30	45
2	Konfliktmanagement	PACKS / Tillmann Meyer	Seminar	18	1	2	30	45
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Prozessmanagement	Prof. Dr. Gehrke	Vorle- sung	30	1	2	30	45
2	Modellierung von Ge- schäftsprozessen	Prof. Dr. Gehrke	Projekt- arbeit	15	2	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

Literatur	• Schulte-Zurhausen, M. „Organisation“ 6. Auflage 2014 Vertiefende/ Weiterführende Literatur: • Gaitanides, M. „Prozessorganisation“ 2. Auflage 2007 • Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R. „Die grenzenlose Unternehmung“ 4. Auflage 2001 <i>bzw. in der jeweils aktuellen Fassung</i>
------------------	---

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Unternehmenspraxis- projekt	Prof.in Dr. Richter	Vorle- sung	30	1	1	15	10
2	Unternehmenspraxis- projekt	Professor: innen der FR W	Projekt- arbeit	10	3	2	30	60
3	Unternehmenspraxis- projekt	Professor: innen der FR W	Projekt- arbeit	10	3	1	15	20
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul								150

Qualifikationsziele	<u>Allgemein</u> K1-9 + 12 <u>Spezifisch</u> - 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.
----------------------------	---

	• Sie wenden ihre Erfahrungen in Problemlösungsprozessen (Kreativitätsprozesse und analytische Bewertung und Entscheidungsfindung) an. • Dabei ist ein kundenorientiertes Verhalten und teamorientiertes Handeln Grundlage.
Inhalte	• 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	1. Grundlagen des Projektmanagements: Methoden, Techniken und Tools für Projektleiter; Tomas Bohinc, Verlag Gabal; aktuelle Auflage 2. IT-Projektmanagement kompakt; Pascal Mangold; Spektrum Akademischer Verlag; aktuelle Auflage 3. Handbuch IT-Projektmanagement; Ernst Tiemeyer; Carl Hanser Verlag; aktuelle Auflag

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

Modulverantwortlich	Prof.in 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	Grundkenntnisse im Zivilrecht
Modul ist Voraussetzung für	-
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Keinerlei Anmeldung nötig, Teilnahme unbeschränkt möglich
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt HRM

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

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

Inhalte	• Abgrenzung verschiedener Vertragstypen (Arbeits-, Dienst- und Werkvertrag) • Abschluss, Inhalt, Gestaltung, Beendigung von Arbeitsverhältnissen • Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz und Schutz vor Diskriminierung am Arbeitsplatz • Teilzeitrecht und Befristungsabreden • Betriebsübergang • Kündigungsschutzrecht • Kollektives Arbeitsrecht (Betriebsverfassungsrecht, Tarifvertragsrecht) • Mitbestimmung des Betriebsrats
Literatur	• Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmende über die E-Learning-Plattform Moodle • Gesetzestext und Literaturempfehlung: • Gesetzestext: ArbG, beck dtv • Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht • Junker, Grundkurs Arbeitsrecht • Langenhan-Komus, Arbeitsrecht Crashkurs • Erfurter Kommentar (verfügbar in Beck online)

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

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

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

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

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbststudium
1	Changemanagement	Prof. Dr. Landwehr	Seminar	24	1	2	30	45
2	Innovations- u. Technologiemanagement	Prof. Dr. Landwehr	Seminar	15	1	2	30	45
Summe							4	60
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

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

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

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

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

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulart	Wahlpflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	2. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Mündliche Prüfungsleistung: Referat
Unterrichtssprache	Deutsch/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	Prof. Dr. Römmelt	Seminar	30	1	2	30	60
2	Informations- Auswertung	Prof. Dr. Römmelt	Übung	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Marketingrecht – Rechtsrahmen einer marktorientierten Unter- nehmensführung	Prof.in Dr. Reill-Ruppe	Seminar mit inte- griertem Vorle- sungs- teil	16	1	4	60	90
2								
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul								150

Qualifikationsziele	- 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.
----------------------------	---

	• 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 lauterer 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	Einführungsvorlesung: Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes, insbesondere Patent und Markenrecht Grundlagen des Datenschutzrechts; Wesentliche Prinzipien im Wettbewerbsrecht, insbesondere Grundsätze lauterer Wettbewerbs, Vergleichende und irreführende Werbung Seminar: Praktische Unternehmensfallstudie mit Vergabe von Einzel- und Gruppenthemen zu den genannten Vorlesungsinhalten, Ergebnispräsentation und Diskussion in simulierten Vorstandssitzungen
Literatur	Begleitunterlagen erhalten eingeschriebene Teilnehmer über die E-Learning-Plattform Moodle Allgemeine Literaturempfehlungen werden im Rahmen der Veranstaltung bekannt gegeben, ebenso Hinweise zur Nutzung der Digitalen Bibliothek der Hochschule, themenspezifische Literatur wird im Rahmen von Konsultationen thematisiert

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

Inhalte	• Grundlagen der Spieltheorie • Grundlagen der Oligopoltheorie • Preisdifferenzierung • Kartelle • Fusionen • Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung
Literatur	• 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 <i>bzw. in der jeweils aktuellen Auflage</i>

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM2110	Kommunikation B (Selbstmanagement & Gesprächsführung in Beratungsprozessen) (Communication B Coaching Basics)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Selbstmanagement	PACKS / Katharina Key	Seminar	15	1	2	30	45
2	Gesprächsführung in Beratungsprozessen	PACKS / Günther Sturmlechner	Seminar	15	1	2	30	45
3								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

Modulverantwortlich	Prof. Dr. Benedikt Römmelt
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im WiSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	3. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Hausarbeit (Bericht über das empirische Projekt)
Unterrichtssprache	Deutsch/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	Prof. Dr. Römmelt	Projekt- arbeit	30	1	2	30	60
2	Empirisches Projekt - Betreuung Datenauswertung	Prof. Dr. Römmelt	Projekt- arbeit	15	2	2	30	30
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent/in	Art	Kursgröße (maximal)	Anz. Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Steuerlehre	Prof. Dr. Werdich	Vorlesung	40	1	2	30	45
2	Finanz- management	Prof. Dr. Foos	Lehr- gespräch mit Übungen	40	1	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Workload für das Modul								150

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

	Lehrveranstaltung Finanzmanagement: Die Studierenden • können Investitionsalternativen mit den gängigen Verfahren analysieren und bewerten und sind in der Lage, ihre Ergebnisse im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit von Investitionsvorhaben zu interpretieren. • kennen die 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.
Inhalte	Lehrveranstaltung Steuerlehre: • System der öffentlichen Abgaben • Grundzusammenhänge von Einkommensteuer, Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer, • Grundzüge der Besteuerung der betrieblichen Wertschöpfung durch die Umsatzsteuer • Grundzüge der Abgabenordnung • Grundzüge des europäischen Steuerrechts Die Studierenden gewinnen durch das Modul grundlegende Kenntnisse im nationalen Steuerrecht und Erkenntnisse über die Bedeutung der Steuern für die Praxis Lehrveranstaltung Finanzmanagement: 1. Investition und Rendite 2. Bewertung von Anleihen und Aktien 3. Diversifikation und Portfoliotheorie 4. Bestimmung der Kapitalkosten
Literatur	Lehrveranstaltung Steuerlehre: Arbeitsunterlagen: • 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 Einführungsliteratur: • Grefe: Unternehmenssteuern, Herne, in der jeweils aktuellsten Auflage • Olfert/Huber: Kompakt-Training Unternehmenssteuern, Herne, in der jeweils aktuellsten Auflage

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

Lehrveranstaltung Finanzmanagement:

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

bzw. in der jeweils aktuellsten Auflage

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Führung – Gruppe – Motivation 1	n.n.	Vorle- sung	18	1	2	30	45
2	Führung – Gruppe – Motivation 2	n.n.	Seminar	18	1	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

Qualifikationsziele	• 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-
----------------------------	---

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

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

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

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

Qualifikationsziele	K1, K3, K4, K7, K8, K9 Participants will be able to: • Position HRM in the value chain of a global organization • Differentiate between national and international HRM • 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	• Introduction to international HRM • Strategic HRM and international HRM • International HRM tools • Training and Development • Performance Management • Case studies
Literatur	• Mondy, M (2016): Human Resource Management • Zeuch, M. (2016): Handbook of Human Resource Management • Dowling, P. (2017): International Human Resource Management • Reiche, Harze, Tenzer (2019): International Human Resource Management • Reiche, STahl, Mendenhall, Oddou (2017): Reading and Cases in International Human Resource Management • Malik (2022): Strategic Human Resource Management and Employment Jeweils ausgewählte Literatur in Abhängigkeit zum Semesterprojekt. <i>in der jeweils aktuellen Fassung</i>

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	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle-Einschreibung
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Business Analytics (V)	Prof. Dr. Scheel	Vorle- sung	20	1	2	30	45
2	Business Analytics (Ü)	Prof. Dr. Scheel	Übung	20	1	2	30	45
3								
4								
5								
Summe						4	60	90
Gesamtworkload für das Modul							150	

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

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

Modulcode	Modulbezeichnung	Zuordnung
MBM3060	E-Business (E-Business)	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 90 Minuten
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	
Modul ist Voraussetzung für	
Moduldauer	1 Semester
Notwendige Anmeldung	Maximale Teilnehmerzahl ist beschränkt, Anmeldung erfolgt durch: Moodle-Einschreibung
Verwendbarkeit des Moduls	Modul im Schwerpunkt OM

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Lehrveranstaltung		Dozent*in	Art	Kursgröße (maximal)	Anzahl Kurse	SWS	Workload	
							Präsenz	Selbst- studium
1	Konsultation nach Bedarf/Absprache	Betreuer:in 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	Kolloquium (Colloquium)	MA
	Studiengang	MA Business Management
	Fakultät	Wirtschaft-Logistik-Verkehr

Modulverantwortlich	Studiengangsleitung
Modulart	Pflichtmodul
Angebotshäufigkeit	1x jährlich im SoSe
Regelbelegung / Empfohlenes Semester	4. Fachsemester
Credits (ECTS)	5
Leistungsnachweis	Kolloquium über bestandene Masterthesis
Unterrichtssprache	Deutsch
Voraussetzungen für dieses Modul	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 Kolloquium	Betreuer:innen der Abschlussarbeit	Seminar	10	4	1	60	90
2							
3							
4							
5							
Summe						60	90
Gesamtworkload für das Modul						150	

Qualifikationsziele	Allgemein: Die Teilnehmer sollen in der Lage sein • 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 Speziell: Individuell, je nach Thema
----------------------------	---

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