

Modulhandbuch des Studiengangs International Business and Management (M.A.)

**Handbook of Modules of the Programme
International Business and Management (M.A.)**

Note:

- The handbook includes English-taught and German-taught modules.
- The modules are listed alphabetically based on the respective name.

Big Data – von Daten zu Prognosen und Entscheidungen

Big Data - Forecasting and Decision Making

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0878 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0878

Studiengänge

Business Management (M.A.)
Controlling und Finanzen (M.A.)
International Business and Management (Master) (M.A.)
Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

Entscheidungen auf allen Unternehmensebenen werden mehr und mehr datengetrieben gefällt. Das Modul macht diese Entscheidungsprozesse und den algorithmischen Rahmen auf praktische Weise transparent und zugänglich.

Lehrinhalte

1. Softwaregestützte Datenaufbereitung – Allgemeines
2. Lineare Regression
3. Logistische Regression
4. Entscheidungsbäume
5. Texte als Datengrundlage
6. Clustering
7. Visualisierung
8. Ausgewählte Verfahren der Optimierung / Operations Research

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden beherrschen Grundtechniken der Datenanalyse, können Fragen aus der Praxis in die geeignete rechnergestützte Modellierverfahren übersetzen, können die Ergebnisse evaluieren, Interpretieren und Visualisieren und somit die Praxisentscheidungen unterstützen. Die Studierenden beherrschen die Grundtechniken der rechnergestützten Datenanalyse mit der speziellen Stoßrichtung der Kommunikation des Vorgehens und der Ergebnisse an andere Fach- und Führungskräfte. Sie können diese Kenntnisse mittels eigener Programmierung und in einem vom Dozenten festzulegenden Softwareframework exemplarisch umsetzen. Die Teilnehmer kennen auch planerische Implikationen der Verfahren und können Aufwände bei den Vorverarbeitungs-, Modellierungs- und Interpretationsschritten der Datenanalyse abschätzen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können mit einem professionellen Softwareframework Modelle erstellen, evaluieren und Interpretationen stützen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Ergebnisse ihrer Hausarbeit präsentieren und ihre Lösungen und Methoden schriftlich sowie mündlich darstellen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden kennen professionelle Software-Tools zur Datenanalyse. Sie können ihre Einsetzbarkeit für unterschiedliche Anwendungen beurteilen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung und praktische Arbeit

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Faatz, Andreas

Lehrende

Faatz, Andreas
Bensberg, Frank
Markovic-Bredthauer Danijela
Dallmüller Klaus

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

38	Seminare
----	----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

112	Hausarbeiten
-----	--------------

Literatur

Berthold, Michael R., et al. Guide to intelligent data analysis: how to intelligently make sense of real data. Springer Science & Business Media, 2010.

Field, Andy. Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage, 2013.

Andy Field, Jeremy Miles, and Zoë Field. Discovering Statistics Using R. SAGE Publications, 2012.

Hyndman, Rob J., and George Athanasopoulos. Forecasting: principles and practice. OTexts, 2014.

Michalski, Ryszard S., Jaime G. Carbonell, and Tom M. Mitchell, eds. Machine learning: An artificial intelligence approach. Springer Science & Business Media, 2013.

Runkler, Thomas A. Data Mining: Modelle und Algorithmen intelligenter Datenanalyse. Springer-Verlag, 2015.

Wollschläger, Daniel. Grundlagen der Datenanalyse mit R: eine anwendungsorientierte Einführung. Springer-Verlag, 2015.

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Klausur 1-stündig und Assignment

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Business in International Supply Chains

Business in international Supply Chains

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0874 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0874

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Ziel dieses Moduls ist es, Wissen und Fähigkeiten der Strategieentwicklung und Entscheidungsfindung im (internationalen) Umfeld weiter zu entwickeln. Die Bandbreite der Themen umfasst eine vertiefte Auseinandersetzung mit Beschaffungs- und Logistikkonzepten sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene, eingebettet in den aktuellen Handlungsrahmen wirtschaftlicher Wertschöpfung. Eine akzentuierte Ausrichtung auf besondere Themenfelder oder Funktionen der Logistik (z.B. Branchen-Logistik oder der Beschaffung) ist möglich.

Lehrinhalte

1. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Treiber für Logistiknetzwerke
 - 1.1. Triadisierung, Regionalisierung, Globalisierung
 - 1.2. Nachhaltigkeit
 - 1.3. Big Data
 - 1.4. Industrie 4.0
2. Agilität
3. Mobile Business
4. Crowd Logistics
5. Modellierung von Logistiknetzwerken
6. Risikomanagement in Logistiknetzwerken

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein – bezogen auf das Lehrgebiet/Fach – breit angelegtes allgemeines Wissen, kennen die Aussagenkerne, die in den gängigen Theorien, Konzepten und Prinzipien/ Regeln eingebettet sind und sind sich der Entwicklung und des Wandels von Wissen und Verstehen bewusst.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben verfügen über detailliertes Wissen und haben ein kritisches Verständnis bezogen auf die meisten – wenn nicht sogar alle – Kerngebiete, Theorien, Prinzipien und Konzepte des Fachs.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verstehen ausgewählte Methoden und Strategien wirtschaftlich und anforderungsgerecht einzusetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, setzen verschiedene mündliche, schriftliche und technische Kommunikationsformen (Diskussionsbeitrag, Präsentation, Vortrag, Aufsatz) sowohl in bekannten als auch in unbekanntem Kontexten effektiv ein.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, beherrschen gängige berufsbezogene Fähigkeiten, Fertigkeiten und Techniken und gehen mit entsprechenden Konzepten und Strategien fachgerecht um, um Standardaufgaben und fortgeschrittene Aufgaben zu bearbeiten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, studentische Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

grundlegende Kenntnisse in Logistik

Modulpromotor

Freye, Diethardt

Lehrende

- Bode, Wolfgang
- Freye, Diethardt
- Schüller, Michael
- O'Shea, Miriam
- Bruns-Vietor, Sabine
- Jacob, Axel

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

36 Vorlesungen

4 Exkursionen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

44 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

22 Literaturstudium

44 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Brühl, V.: Wirtschaft des 21. Jahrhunderts: Herausforderungen in der Hightech-Ökonomie. Wiesbaden 2015

Millar, M.: Global Supply Chain Ecosystems. London 2015

Bretzke, W.-R.: Nachhaltige Logistik: Zukunftsfähige Netzwerk- und Prozessmodelle. Heidelberg 2014

Sanders, N., R.: Big Data Driven Supply Chain Management: A Framework for Implementing Analytics and

Turning Information into Intelligence. New Jersey 2014

Bauernhansl, T.; ten Hompel, M.; Vogel-Heuser, B.: Industrie 4.0 in Produktion, Automatisierung und Logistik. Wiesbaden 2014

Keuper, F. (Hrsg.): Electronic Business und Mobile Business: Ansätze, Konzepte und Geschäftsmodelle. Wiesbaden 2012

Chandra, C.; Grabis, J.: Supply Chain Configuration. Concepts, Solution, and Applications. Second Edition. Springer 2016

Vahrenkamp R.; Siepermann, C. (Hrsg.): Risikomanagement in Supply Chains: Gefahren abwehren, Chancen nutzen, Erfolg generieren. Berlin 2007

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Klausur 1-stündig und Assignment

Präsentation

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Consulting and Management

Consulting and Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0885 (Version 2.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0885

Courses of studies

Business Management (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

Management and Marketing Tools is the first module of the consulting specialization. It aims to introduce the students to the various consulting markets and services. Students will learn that all consulting follows a distinctive process that is needed to deliver successful business projects. Participants will get to know typical consulting tools and techniques used for operational improvements and strategy development.

Course contents

- 1 Introduction
 - 1.1 Nature of Consulting
 - 1.2 Consulting Market and Consulting Firms
- 2 Structures in consulting firms and careers in consulting
- 3 The Consulting Process
 - 3.1 Initial Contact
 - 3.2 Proposal Phase
 - 3.3 Pitch Situation
 - 3.4 Project Set-up and Project Plan/Charter
 - 3.5 Project Team
 - 3.6 Working with the Client
- 4 The Analysis Phase
 - 4.1 As-is Analysis
 - 4.2 Development of To-Be Scenarios
 - 4.2.1 Using Management Tools
 - 4.2.2 Evaluating Client Capabilities and Business Opportunities
 - 4.3 Leading Strategic Change
- 5 Presenting the Results
 - 5.1 Communication
 - 5.2 Pyramid Thinking
 - 5.3 Say it with Charts
- 6 Closing the Project
 - 6.1 Transferring the Project
 - 6.2 Lessons Learned
 - 6.3 Knowledge Management

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module have a substantiated knowledge of the consulting process and the most important management and marketing tools with regard to strategy development and implementation in business practice.

Deepening of knowledge

Students know how consulting companies function, how they set up projects for their clients and how they help client companies to compile strategies for their business as a whole, or for sections of it, and how these can be implemented in practice.

Instrumental competence

Students are able to work confidently with management and marketing tools.

Communicative competence

Students who successfully complete this module are able to analyse strategic issues, and interpret and present the results. Students will learn to deliver MECE arguments (mutually exclusive and collectively exhaustive) and prepare convincing presentations.

Systemic competence

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of a business and the business environment and analyse it.

Teaching methods

Lectures, exercises, case studies, team work, presentations

Recommended previous knowledge

Management tools, management concepts, fundamental principles of controlling and finances, fundamental principles of project and process management

Author

Frie, Jan

Lecturers

Halstrup, Dominik
 Hofmann, Kay Hendrik
 Frie, Jan
 Kaur-Lahrmann, Ravinder

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

38	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

28	Preparation and follow-up lectures
54	Case studies
30	Exam preparation

Literature

- Van Assen. M./ et. Al.: Key Management Models, 2nd edition, Prentice Hall, 2012
- Wickham, L./Wilcock, J.: Management Consulting, 4th edition, Pearson, 2012
- Burtonshaw-Gunn, S. A.: Essential Tools for Management Consulting, Wiley, 2010
- Andler, N.: Tools for Project Management, Workshops and Consulting, 2nd. edition, Publicis Publ., 2011
- Czerniawska, F./May, P.: Management Consulting in Practice, 4th edition, Kogan Page, 2007
- Johnson , G./ Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Strategy, 10th edition, Pearson, 2014
- Minto, N.: The Pyramid Principle, 3rd edition, Prentice Hall, 2009
- Zelazny, G.: Say it with Charts the complete Toolkit, McGraw-Hill, 2007

Form of examination

- Exam 1 hours and assignment
- Exam 2 hours
- Presentation

Duration

- 1 Semester

Offered times

- Only offered in the winter semester

Language of instruction

- English

Consulting Case Studies

Consulting Case Studies

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences
Module 22M0886 (Version 2.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0886

Courses of studies

Business Management (M.A.)
International Business and Management (Master) (M.A.)
Controlling und Finanzen (M.A.)

Level

4

Short description

In this lecture approximately 5-6 comprehensive cases are solved in changing teams during the semester. All teams shall present their case solutions in class. Before each case study some of the theoretical basis needed for the case is taught/repeated in a lecture and then needs to be rehearsed and broadened by the teams in own literature and case related research.

Course contents

All case studies cover

1. Range of tasks / fields of application of management consultancy
2. Problem-solving methods of management consultancy
3. Management and supervision of strategy and consulting projects
4. Selection between strategic options and their consequences

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students learn about consulting procedures of external consultancy firms and inhouse consulting teams. The relevant procedures and methods from the fields of strategic management, marketing and the accompanying support from controlling and finance are learnt on the basis of case study examples, and the possible ways to apply them are assessed.

Deepening of knowledge

Students have deepened the knowledge how to approach and successfully solve cases.

Instrumental competence

Students learn how to reduce complex business situations to a minimal number of decisive problems which need to be solved.

Students are able to apply relevant methods for problem solving.

Communicative competence

Students are able to reasonably argue and justify their standpoint in a cooperative and team oriented way.

Systemic competence

Students can transfer the learned approaches to various business situations.

Teaching methods

Lectures, exercises, literature research, case studies

Recommended previous knowledge

Management tools and concepts, Modules 1 and 2 from the consulting specialization, fundamental knowledge of controlling and finances

Author

Frie, Jan

Lecturers

Halstrup, Dominik

Hofmann, Kay Hendrik

Frie, Jan

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Seminars and case study discussion
----	------------------------------------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of lecturer
-------------------	------------------

27	Preparation and follow-up of lecturers
----	--

27	Case studies
----	--------------

28	Literature review
----	-------------------

30	Exam preparation
----	------------------

Literature

Lectures, literature and case study related research, case studies, will be provided during the course

Form of examination

Exam 1 hours and assignment

Exam 2 hours

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Controlling and Finance Tools for Consultants

Controlling and Finance Tools for Consultants

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0882 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0882

Courses of studies

Business Management (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

What can external or internal consultants contribute to companies? How can these contributions be measured and communicated? Students are able to critically evaluate the complex decision-making processes within companies in view of the consultants' contribution to the achievement of financial business targets and present the added value of a project for the company.

Course contents

1. Principles of business objectives
 - Shareholders vs. stakeholders
 - Financial control parameters
 - Principles of value management
2. Value management
 - Investment management
 - Corporate assessment
 - Approaches of value management
3. Selected measures to enhance shareholder value
 - Make or buy? M&A management
 - Working capital management
 - Financial instrument
 - Instruments of risk management

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module have a substantiated knowledge of the most important tools of controlling and of corporate finance used for the improvement of business performance as an approach for consultancy services.

Instrumental competence

Students are able to work confidently with key finance and controlling tools.

Communicative competence

Students who successfully complete this module are able to analyse operative issues in view of their financial implications, and interpret and present the results.

Systemic competence

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of a business and the business environment, analyse this information and develop it to the decision-making

stage.

Teaching methods

Lectures, exercises, literature research, case studies

Recommended previous knowledge

management tools/exploring strategy, management concepts/strategy in action, fundamental knowledge of controlling and finances, fundamental principles of project and process management

Author

Arnsfeld, Torsten

Lecturers

Rethschulte, Antje

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Seminars and case study discussion
----	------------------------------------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

42	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

25	Case studies
----	--------------

10	Literature review
----	-------------------

35	Exam preparation
----	------------------

Literature

Reader from selected textbooks

Current magazine articles

Case study material

Form of examination

Assignment

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Oral exam

Presentation

Project report

Examination requirements

Advanced knowledge of commonly-used finance and controlling tools, transfer of business practice, evaluation and estimates to issues within case study examples worked on in the module.

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

Die Zukunft der Arbeit – Nationale und globale Perspektiven auf Akteure, Macht und Zusammenarbeit

The Future of Labour - National and global perspectives on stakeholders, power and cooperation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0884 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0884

Studiengänge

Business Management (M.A.)
International Business and Management (Master) (M.A.)
Controlling und Finanzen (M.A.)
Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Zentrales Ziel dieses Moduls ist es, Studierende, die später in Führungspositionen im Personalmanagement tätig sein wollen, auf komplexe personalpolitische Herausforderungen vorzubereiten. Vergangene und zukünftige Konzepte von Karriere, Beruf und Arbeit werden diskutiert. Die Wirkungen von Kooperations- und Konfrontationsstrategien im Zusammenspiel von externen und internen Akteuren in einem zunehmend globaleren Umfeld werden beleuchtet. Auf der Basis eines breiten Grundlagenwissens im Personalmanagement werden praxisrelevante aktuelle Fragestellungen gezielt verdeutlicht. Die Bedeutung der Implementierungsphase für den Erfolg von Personalmanagement-Instrumenten wird vermittelt. Mit Hilfe systematischer Lösungsstrategien wird die methodische, soziale und anwendungsbezogene Kompetenz entwickelt.

Lehrinhalte

Aktuelle Herausforderungen des HRM und geeignete Kooperations- und Konfrontationsstrategien, z.B. in den Bereichen

- Internationalisierung
- Mikropolitik
- Industrielle Beziehungen (national sowie international)
- Employability und Karriereentwicklung unter Berücksichtigung von Genderaspekten
- Begleitung von Change Prozessen durch das HR-Management
- Flexibilisierung & Individualisierung
- Implementierung von HR-Instrumenten

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Komplexität aktueller personeller Fragestellungen insbesondere im Kontext der industriellen Beziehungen und der Internationalisierung erkennen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein integriertes Spektrum an Methoden zur Lösung besonderer Herausforderungen des HRM.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, wenden adäquate Methoden zur Lösung

von Herausforderungen des HRM an.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können auf der Basis anerkannter Methoden eigene Lösungsvorschläge entwickeln und die Chancen und Risiken kritisch abwägen und diskutieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können mit der Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit angemessen umgehen und eigene fundierte Entscheidungen treffen.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird seminaristisch durchgeführt. Vorlesungsanteile wechseln mit Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten sowie Referaten ab.

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundiertes Grundlagenwissen im Arbeitsrecht und Personalmanagement

Modulpromotor

Böhmer, Nicole

Lehrende

Böhmer, Nicole
Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
14	Vorlesungen
16	Übungen
8	Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
36	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
22	Referate
26	Kleingruppen
28	Prüfungsvorbereitung

Literatur

Böhmer, Nicole; Schinnenburg, Heike; Steinert, Carsten (Hg.) (2012): Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München.

Scholz, Christian (2014): Personalmanagement. 6. Auflage, München.

sowie aktuelle Literatur (insbesondere Artikel aus Fachzeitschriften) zu den jeweiligen Themen.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Präsentation

Klausur 1-stündig und Assignment

Prüfungsanforderungen

Erwartet werden vertiefte Kenntnisse über die behandelten Problemstellungen und die Fähigkeit, konzeptionelle Lösungen vorzuschlagen und zu begründen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

E-Business-Realisierung der elektronischen Wertschöpfungskette

E-Business-Realization of the electronic Value-Chain

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0877 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0877

Studiengänge

Business Management (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

eBusiness als die Orchestrierung aller internen und externen Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit Hilfe von elektronischen Netzen insbesondere des Internets ist mittlerweile Fakt der globalen Wirtschaft geworden. Kein Zweig der Industrie und des Dienstleistungswesens kann sich mittlerweile mehr dem eBusiness verschließen, wenngleich noch viele Fragen offen sind. Diese betreffen ökonomische wie technische und organisatorische Aspekte des eBusiness. So sind beispielsweise eBusiness Standards weiterhin ein Bereich mit großem Handlungsbedarf.

Lehrinhalte

1. eBusiness - Einführung

- Informationstechnologie: Infrastruktur und Basistechnologien als Enabler
- Informationsökonomie: die elektronische Wertschöpfungskette
- Informationswettbewerb: Stakeholder und Geschäftsmodelle
- Handlungsfelder im eBusiness

2. eProcurement

- Grundlagen des digitalisierten Einkaufs
- Management, Prozesse und Systeme des digitalen Einkaufs

3. eShop

- Grundlagen des digitalisierten Verkaufs
- Management, Prozesse und Systeme des digitalen Verkaufs
- Kundengewinnung und Kundenbindung in Zeiten sozialer Netzwerke und elektronischer Medien

4. eMarketplace

- Grundlagen des elektronischen Handels
- Management, Prozesse und Systeme des digitalen Handels

5. eCommunity

- Grundlagen sozialer Netzwerke
- Management, Prozesse und Systeme sozialer Netzwerke

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen, wie interne und externe Geschäftsprozesse elektronisch abgewickelt werden können, wie durch eBusiness neue Geschäftsfelder entstehen und alte verändert und optimiert werden. Sie greifen den Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Ausprägungen von eBusiness und der

jeweiligen technischen Umsetzung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden haben sich selbst ein vertieftes Bild von eBusiness gemacht, z.B. für eine bestimmte Branche, für einen bestimmten Geschäftsprozess, über eine bestimmte Technologie oder Standard.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig und eigenverantwortlich Informationen zu einem komplexen Thema einzuholen, dieses zu bewerten und praktisch umzusetzen, z.B. in Form von Geschäftsprozessmodellen.

Können - kommunikative Kompetenz

Sie haben gelernt, dieses Wissen anderen mitzuteilen, diese auf kritische Aspekte aufmerksam zu machen und Lösungen miteinander zu diskutieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können eBusiness-Konzepte einordnen, bewerten und in Modellform abbilden und beschreiben. Im praktischen Einsatz von eBusiness können sie aufgrund ihres Wissens Vorhersagen ökonomischer und technischer Art machen.

Lehr-/Lernmethoden

Einführung in die Thematik - Vorlesung
Vertiefung - Seminar
Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Schmidt, Andreas

Lehrende

Schmidt, Andreas
Bensberg, Frank

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Lehrtyp
Workload

38 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std. Lehrtyp
Workload

112 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Kollmann, Tobias: E-Business – Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Gabler Verlag, Wiesbaden, 4. Aufl. 2011

Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen Wertschöpfungskette. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2008

Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce: Managing the Digital Value Chain. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2009

Stahl, Ernst; Wittmann, Georg; Krabichler, Thomas; Breitschaft, Markus: E-Commerce-Leitfaden – Noch erfolgreicher im elektronischen Handel. Universitätsverlag Regensburg, 3. Aufl., 2015

Gesellschaft für Informatik e. V., Fachgruppe eCommerce

The European eBusiness w@tch: <http://www.ebusiness-watch.org/>

BMWi: Digitale Strategie 2025. 2016, <http://www.de.digital>

BMWi: Grünbuch Digitale Plattformen – Regeln für die digitale Wirtschaft. Mai 2016, <http://de.digital/gruenbuch>

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Klausur 1-stündig und Assignment

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Empirical Research Methods

Empirical Research Methods

Faculty / Institute: Business Administration

Module 22M0601 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0601

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

The module aims to enable students to select appropriate empirical research methods, correctly and efficiently apply these methods, and critically evaluate their own and other researcher's results.

Course contents

1. Background:
 - 1.1. Theory of science,
 - 1.2. The research process
 - 1.3 Quantitative and qualitative approaches to research
 - 1.4. Observational and experimental research
2. Study planning:
 - 2.1. Developing research questions
 - 2.2. Reviewing the literature
3. Data collection:
 - 3.1. Research designs,
 - 3.2. Survey and questionnaire development
 - 3.3. Quality criteria
 - 3.4. Sampling and access to the field
4. Qualitative data analysis:
 - 4.1. Content analysis after Mayring
 - 4.2. Grounded theory
5. Quantitative data analysis:
 - 5.1. Descriptive statistics visualizations,
 - 5.2. Bivariate significance tests,
 - 5.3. Multivariate tests
 - 5.4. Application using software (e.g. R or SPSS)

Learning objectives

Broadening of knowledge

The students know the major approaches to empirical research and the principle phases in which research takes place. They have developed a differentiated, view on scientific knowledge and findings from empirical studies.

Deepening of knowledge

The students know central principles of empirical research, terminology and conventions according to

different major approaches.

Instrumental competence

The students develop the competence to select, apply, and critically acclaim empirical research methods and results that are relevant to their research questions.

Communicative competence

The students are able to identify and clarify a research question. They are able to coordinate a research project, communicate their results and critically acclaim results reported by others.

Systemic competence

The students develop a principle understanding for the gathering, preparing, interpreting and presentation of data. The students are able to access the advantages and limits of novel methods for data collection, and analysis.

Teaching methods

Lectures, exercises, case studies, self-study, eLearning, supervised empirical research project

Recommended previous knowledge

none

Author

Hirschfeld, Gerrit

Lecturers

Hirschfeld, Gerrit

Faatz, Andreas

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

28	Seminars
----	----------

10	Exercises
----	-----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

28	Preparation and follow-up of lecturers
----	--

43	Assignment
----	------------

23	Literature review
----	-------------------

18	Exam preparation
----	------------------

Literature

Chapman, C. N. (2015). R for Marketing Research and Analytics (2015th ed.). New York, NY: Springer.

Field, A. (2013). Discovering Statistics Using SPSS (4th Edition.). Los Angeles: Sage Publications Ltd.

Field, A., & Miles, J. (2012). Discovering Statistics Using R. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications Ltd.

Flick, U. (2014). An Introduction to Qualitative Research (5th edition.). Los Angeles: Sage Publications Ltd.

McClave, J. T., Benson, P. G., & Sincich, T. L. (2013). Statistics for Business and Economics: Pearson New International Edition (12th ed.). Pearson.

Form of examination

Assignment

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Oral exam

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

End-User Development mit Office-Anwendungen

End-User Development with Office Applications

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0876 (Version 8.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0876

Studiengänge

International Business and Management (Master) (M.A.)

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Office-Anwendungen wie z. B. Tabellenkalkulationsprogramme und Content Management-Systeme sind in Fachabteilungen mittlerweile so weit verbreitet, dass viele Unternehmen ohne sie stillstünden. Damit Office-Anwendungen auch bei häufigen Anforderungsänderungen die Geschäftsprozesse im Unternehmen weiterhin effektiv und effizient unterstützen können, müssen sie zunehmend durch deren Fachnutzer passend ergänzt, angepasst und auch weiterentwickelt werden. Dieser Trend wird durch die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft und der Unternehmen noch weiter verstärkt.

Den Studierenden werden in diesem Modul die notwendigen Fertigkeiten und Fähigkeiten vermittelt, um verschiedene Office-Anwendungen zur Unterstützung und Automatisierung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen selbstständig zu ergänzen, anzupassen und weiterzuentwickeln.

Lehrinhalte

1. Konzeptionelle Grundlagen des End User Development
2. Vorstellung ausgewählter Office-Produkte zur Unterstützung der betrieblichen Informationsverarbeitung
3. Einführung in die Entwicklung von Office-Anwendungen
4. Management und Governance von Office-Anwendungen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden besitzen Kenntnisse über den State of the Art der betrieblichen Informationsverarbeitung auf der Basis marktgängiger Office-Lösungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die Anwendungsfelder des End User Development zur Unterstützung der betrieblichen Organisationsgestaltung identifizieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen durch die Gestaltung von Office-Anwendungen unterstützen und automatisieren. Sie beherrschen den Umgang mit einer endbenutzer-orientierten Programmiersprache und einer modernen Entwicklungsumgebung. Darüber hinaus sind sie befähigt, Problemstellungen der Softwareentwicklung selbstständig zu handhaben und implementierungsrelevante Informationsquellen systematisch zu erschließen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, Entwicklungsprozesse für das End User Development aktiv zu begleiten sowie Nutzeffekte von Office-Anwendungen kritisch zu bewerten und zu kommunizieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können Office-Anwendungen in bestehende Geschäftsprozesse, Organisationsstrukturen und Anwendungslandschaften integrieren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesungen und praktische Übungen im PC-Pool. Online-Lernmaterialien (z. B. Folien zur Vorlesung, Aufgaben, Beispielprogramme) und E-Learning-Software zur Unterstützung des Eigenstudiums.

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse über die Bedienung und Steuerung eines PC sowie Kenntnisse über die Handhabung von Office-Software (z. B. nach ECDL).

Modulpromotor

Bensberg, Frank

Lehrende

Gerth, Christian

Bensberg, Frank

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
38	Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
87	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
25	Prüfungsvorbereitung

Literatur

Alpar, P., Alt, R., Bensberg, F., Grob, H. L., Weimann, P., Winter, R. (2016), Anwendungs-orientierte Wirtschaftsinformatik – Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen, 8. Aufl., Wiesbaden..

Kämper, S. (2009): Grundkurs Programmieren mit Visual Basic - Die Grundlagen der Programmierung, 3. Aufl., Wiesbaden.

Kozlova, E. (2013): Governance der individuellen Datenverarbeitung - Wertorientierte und risikobewusste Steuerung der IDV-Anwendungen in Kreditinstituten, Wiesbaden.

Lieberman, H., Paternò, F., Wulf, V. (Eds.)(2006): End User Development, Dordrecht.

Matthäus, W.-G. (2005): Programmierung für Wirtschaftsinformatiker – Vorlesungen über Visual Basic und VBA, Wiesbaden.

Microsoft Corporation (Ed.)(2014): VBA Language Specification.

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Klausur 1-stündig und Assignment

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Fusion, Sanierung und Development

Mergers, Reorganisation and Business Development

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0148 (Version 9.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0148

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

Bedingt durch den Hyperwettbewerb in vielen Produkt-/Marktfeldern sind Unternehmen einem hohen Anpassungs- und Reorganisationsdruck ausgesetzt, der sich Sanierungen, Turnarounds und Restrukturierungen manifestiert. Existenzbedrohende Unternehmenskrisen sollten proaktiv erkannt werden, anstatt lediglich Adhoc-Maßnahmen einzuleiten („Feuerwehrmanagement“).

Lehrinhalte

Fusionen:

- Theoretische Grundlagen von Fusionen und Übernahmen (M&A)
- Empirische Evidenzen und Stand der M&A-Forschung
- Grundlagen der Corporate Governance: Shareholder- vs. Stakeholder-Value
- Ziele und strategische Imperative von Fusionen und Übernahmen
- Strategische Erfolgsfaktoren von Fusionen und Übernahmen
- Strategische Allianzen als Realoptionen auf Fusionen und Übernahmen
- Grundmuster des M&A-Prozesses: Pre-Merger-, Dealclosing-, Post-Merger-Phase
- Grundlagen des Wertsteigerungsmanagements

Sanierung:

- Bestimmungsgründe von Unternehmenskrisen
- Finanzielle Sanierung: Sicherung des Liquiditätsstatus
- Strukturelle Sanierung: Nachhaltige Sicherung des finanziellen und organisatorischen Gleichgewichts
- Strategische Sanierung: Optimierung des Geschäftsfeldportfolios unter Wertsicherungs- und Wertsteigerungsaspekten
- Behavioristische Sanierung:
 - ** Restrukturierung des institutionellen Machtgefüges
 - ** Optimierung des Kompetenzen- und Fähigkeiten-Mix
 - ** Optimierung der Personal- und Führungsprozess/-strukturen
- Tools und Techniken der Unternehmenssanierung

Development:

- Theoretische Grundlagen und Bestimmungsgründe des Unternehmenswachstums
- Wachstumsparadigmen: Strategien, Archetypen und Erfolgsmuster
- Optimierung des Geschäftsfeldportfolios unter Risiko-, Wachstums- und

- Renditegesichtspunkten
- Tools und Techniken des Business Development
 - Grundlagen des New-Venture-Management
 - Erfolgsfaktoren von New-Ventures
 - Business Model Canvas
 - Blue Ocean – Red Ocean-Strategien
 - KAM-WAM: Konsolidierungs-Achsen-Management – Wachstums-Achsen-Management
 - Buy and Build Management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Anwendung des theoriegeleiteten Wissen auf praktische Managementprobleme und Situationen des Krisenmanagements, Erwerb methodischer Handlungskompetenz im Change Management unter besonderer Bezugnahme auf harte und weiche Verfahren.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Übungen, Fallstudien, Präsentationen

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation, Leadership und Innovation

Modulpromotor

Braun von Reinersdorff, Andrea

Lehrende

Braun von Reinersdorff, Andrea

Holst, Hans-Ulrich

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
26	Vorlesungen
12	betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
25	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
52	Hausarbeiten
35	Literaturstudium

Literatur

Hamel, G. (2000): Leading the Revolution, Boston.

Hitt, M.A./Harrison, J.S./Ireland, R.D. (2001): Mergers and Acquisitions – A Guide to Creating Value for Stakeholders, Oxford/New York/Athen usw.

Schmidt-Gothan, H./Rasche, C. (2004): Die Turnaround Triade – Jenseits der reinen Kostensenkung, Advisum Turnaround Studie, München.

Hommel, U./Knecht, T.C./Wohlenberg, H. (Hrsg) (2017): Handbuch Unternehmensrestrukturierung/-sanierung: Grundlagen – Instrumente – Strategien, Wiesbaden
Müller, H-E./Rasche, C. (2013): Innovative Geschäftsmodelle, in WISU, 42. Jg., Heft 6, S. 805- 809.

Pfannstiel, M./Rasche, C. (Hrsg.) (2017): Service Business Model Innovation in Healthcare and Hospital Management – Models, Strategies Tools, Wiesbaden.

Rasche, C. (2005): Multifokales Sanierungsmanagement: Von der engpaßorientierten zur mehrdimensionalen Krisenbewältigung, in: Burmann, C./Freiling, J./Hülsmann, M. (Hrsg.): Management von Ad-hoc-Krisen Grundlagen - Strategien – Erfolgsfaktoren, Wiesbaden, S. 73-90.

Schefczyk, M (2001): Venture Capital, München, New York.

Weston, J.F./Chung, K.S./Siu, J.A. (1998): Takeovers, Restructuring, and Corporate Governance, 2nd Edition, London/Sidney/Toronto usw.

Wurster, M.E. (2003): Mehrdimensionales Restrukturierungsmanagement, Wiesbaden.

Zook, C./Allen, J. (2001): Profit from the Core – Growth Strategy in an Era of Turbulence, Boston.

Rasche, C. (2007): Pitfalls of Corporate Restructuring - Theorien, Trends und Thesen gescheiterter Veränderungsprozesse -, in Rausch, K. (Hrsg.): Organisation gestalten – Struktur mit Kultur versöhnen (Tagungsband der 13. wissenschaftlichen Fachtagung für Angewandte Wirtschaftspsychologie), S. 280-298.

Schmidt, A. (2015): Überlegene Geschäftsmodelle – Wertegene und Wertabschöpfung in turbulenten Umwelten, Wiesbaden

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung
Hausarbeit
Klausur 1-stündig und Assignment
Klausur 2-stündig
Referat
Projektbericht
Präsentation

Prüfungsanforderungen

Vertiefte Kenntnisse des State-of-the-Art des Sanierungs-, Fusions- und Development-Managements. Fähigkeit, dieses Wissen instrumentell und konzeptionell einzusetzen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Global Economic Framework

Global Economic Framework

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0596 (Version 12.0) vom 12.10.2017

Module name

22M0596

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Business Management (M.A.)

Level

4

Short description

Global economic framework conditions decisively shape the freedom of action that companies have in open economies. Rational decisions made by management require that important development trends in the global economy are recognised and that their impact on the options available for companies to take is accurately assessed. This module expands and deepens relevant knowledge of global economic processes and structures.

Course contents

1. World-economic order
2. World-economic institutions (global governance)
3. Causes of world-economic integration (including MNU and foreign direct investments)
4. Effects of world-economic integration (including the nation state and globalisation; tax competition)
5. Technical progress, demographic change and the geopolitical situation
6. Competitiveness of national economies and industries

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module acquire a broad knowledge of global economic trends and assessment criteria.

Deepening of knowledge

Students develop the skills to recognise the connections between global economic processes.

Instrumental competence

Students develop the skills to creatively apply their knowledge to various problems within the topic of globalisation and corporate action.

Communicative competence

Students present the results of studies as part of the module.

Systemic competence

Students combine economic and business analysis methods.

Teaching methods

Lectures, group work, individual presentation

Recommended previous knowledge

very good knowledge of English; basic knowledge of international economic relations

Author

Mayer, Peter

Lecturers

Edling, Herbert
Hirata, Johannes
Mayer, Peter
Trabold, Harald
Skala, Martin

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

38 Seminars

Workload unattached from lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

112 Preparation and follow-up of lectures

Literature

Gilpin, R. (2001), Global Political Economy, Princeton University Press
Bairoch, P. (1995), Economics and World History, University of Chicago Press
Bhagwati, J. (2004), In Defense of Globalization, Oxford University Press
Stiglitz, J. (2002), Globalization and its Discontents, Penguin Books, London
Stiglitz, Joseph (2015), The Price of Inequality
Landes, D. (2002), The Wealth and Poverty of Nations, Abacus, London
IMF- World Economic Outlook
WTO: World Trade Report
UNCTAD: World Investment Report
IIE: Washington Consensus

Form of examination

Oral exam

Assignment

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Presentation

Examination requirements

Ability to carry out an analysis on the competitiveness of nations, and advanced knowledge of global economic trends and global governance, and application of this knowledge to corporate action.

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Human Resource Management in Multinational Companies

Human Resource Management in Multinational Companies

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0377 (Version 9.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0377

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

In international businesses human resource management always has an additional level of complexity. In order to handle this successfully it is useful to have an insight in the specific fields and challenges of international human resource management. Moreover, the strategic aspects of international human resource management have to be taken in account in order to be able not only to understand human resource issues and come to decisions of practical relevance.

Course contents

Conception of human resource management
-Fundamental knowledge of the theory and paradigm formation
-Strategic and international aspects

Fields of activity of international human resource management
- Personnel selection in international companies
- Posting employees and (re-)integration
- International incentive structures and performance appraisal

Leadership and motivation in multinational companies

Gender related issues of career and talent management.

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module
- are able to recognize human resources issues particularly within the context of companies operating on an international level.
- identify connections between decisions affecting human resources policies and business strategies.

Deepening of knowledge

Students who successfully complete this module
- are aware of a range of practice-relevant methods for dealing with IHRM challenges.

Instrumental competence

Students who successfully complete this module
- apply appropriate methods for dealing with IHRM challenges.

Communicative competence

Students who successfully complete this module
- are able to develop their own suggestions for dealing with challenges on the basis of suitable methods, and can critically assess and discuss the risks and opportunities involved.

Systemic competence

Students who successfully complete this module

- are able to deal appropriately with the complexity and decisions within international companies, and reach their own well-founded decisions.

Teaching methods

Lecture, group work, role plays, self-awareness exercises, case studies, group exercises and presentations

Recommended previous knowledge

Basic overview: Human Resource Management and Legal Systems

Author

Böhmer, Nicole

Lecturers

Böhmer, Nicole
Steinert, Carsten
Schinnenburg, Heike

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

32	Seminars
----	----------

6	Exercises
---	-----------

Workload unattached by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

30	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

57	Assignment
----	------------

25	Exam preparation
----	------------------

Literature

-Armstrong, Michael (2014) Armstrongs´ Handbook of Human Resource Management Practice. London.

-Crawley, E. et al. (2013): Introduction to International Human Resource Management. Oxford.

-Dowling, Peter J.; Festing, Marion; Engle, Allen D. (2013): International Human Resource Management. Bath, Singapore.

-Ewards, Tony; Rees, Chris (2011): International Human Resource Management. Harlow.

Further literature will always be recommended at the beginning of the semester.

Examination requirements

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Presentation

Assignment

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Innovation and Entrepreneurship

Innovation and Entrepreneurship

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0880 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0880

Courses of studies

Business Management (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

Basic concepts, strategies and success factors of innovation and entrepreneurship. The lean management concept will be introduced and applied. Existing Business models will be examined. New business models will be developed by the students following the lean start up method.

Course contents

Innovation Management
o Success Factors for Innovations
o Science based approaches to generate

Innovation Developments
o Creating and identifying Innovations
o Concept and Product Developments

Entrepreneurship: Implementation of Innovations
o Lean Start up Method
o Business Canvas
o Business Cases

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students have a sound understanding of different innovation concepts which have been discussed in the modern business and economics literature.

Students have a sound understanding of the role of entrepreneurship in economic development and the hurdles entrepreneurs typically face.

Deepening of knowledge

Students are able to translate their theoretical knowledge into a practical proposal for a business creation.

Instrumental competence

Students are able to use their competencies in finance, accounting and marketing and apply it to their unique case study.

Communicative competence

Students are able to discuss in groups their ideas, their reflection of opportunities and weigh arguments.

Students are able to present their ideas to others and convince them about the attractiveness of their idea.

Systemic competence

Students are able to see their project in the context of the business environment and reflect on the perspective of banks, promotion agencies, city governments, potential employees.

Teaching methods

Concepts are introduced, discussed and applied in case studies (business models) created by students.

Recommended previous knowledge

none

Author

Mayer, Peter

Lecturers

Arnsfeld, Torsten

Mayer, Peter

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

82	Supervised small groups
----	-------------------------

30	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

Literature

The Lean Start UP by Eric Ries, 2011.

Business Model Generation, Osterwalder / Pigneur, 2010.

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Assignment

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

International Business Law

International Business Law

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0394 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0394

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

International business activities are always subject to a legal framework. This course familiarizes students with legal issues that arise specifically in the context of international business transactions, like international sales activities or foreign investments.

Course contents

1. Overview over different legal systems
2. Law of conflicts
3. International sales law, in particular the CISC
4. INCOTERMS
5. Relevance of documents in international trade
6. Handling of transaction risks in international trade
7. International Business forms, multinational enterprises
8. International dispute settlement

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module are familiar with relevant issues of international business transactions, in particular international trade.

Deepening of knowledge

After completing this module students have a broad knowledge of the basic relevant legal framework of international business.

Instrumental competence

Students are capable of using their knowledge of international business law to assess practical issues and identify potential risks.

Communicative competence

Students are able to communicate with lawyers and other specialists on a professional level with regard to topics of international business law.

Systemic competence

Students are applying their knowledge to practical cases and are capable of solving certain legal issues.

Teaching methods

Lecture, self-study, case-studies

Recommended previous knowledge

Basic understanding of private law

Author

Bachert, Patric

Lecturers

Miras, Antonio

Bachert, Patric

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

30	Exam preparation
----	------------------

47	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

35	Literature review
----	-------------------

Literature

August/Mayer/Bixby, International Business Law

Schaffer/Agusti/Earle, International Business Law and its Environment

Schmitthoff, The Law and Practice of International Trade

Form of examination

Exam 2 hours

Exam 1 hour and assignment

Assignment

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

International Corporate Finance

International Corporate Finance

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0484 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0484

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

Course contents

Part 1: THE INTERNATIONAL FINANCIAL ENVIRONMENT.

1. Multinational Financial Management: An Overview.
2. International Financial Markets.

Part 2: EXCHANGE RATE BEHAVIOR.

3. Government Influence on Exchange Rates.
4. International Arbitrage and Interest Rate Parity.
5. Relationships among Inflation, Interest Rates, and Exchange Rates.

Part 3: EXCHANGE RATE RISK MANAGEMENT.

6. Forecasting Exchange Rates.
7. Measuring Exposure to Exchange Rate Fluctuations.
8. Managing Transaction Exposure.
9. Managing Economic Exposure and Translation Exposure.

Part 4: LONG-TERM ASSET AND LIABILITY MANAGEMENT.

10. Direct Foreign Investment.
11. Multinational Capital Budgeting.
12. Multinational Cost of Capital and Capital Structure.

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module are familiar with the international financial environment, exchange rate behaviour and exchange rate risk management.

Teaching methods

Lectures
Small group work
Presentation of group work
Case studies

Recommended previous knowledge

Fundamental principles of financial management (Bachelor)
Basic mathematics (intermediate secondary school level)

Author

Seppelfricke, Peter

Lecturers

Seppelfricke, Peter

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

112	Preparation and follow-up of lectures
-----	---------------------------------------

Literature

Eiteman, D. K. / Stonehill, A. I. / Moffett, M. H., 2004, Multinational Business Finance, 10th Ed., Reading et. al.

Gandolfo, G., International Finance and Open-Economy Macroeconomics, Springer, 2. Auflage, 2002.

Melvin, M., International Money and Finance, Addison Wesley, 7. Auflage, 2003.

Butler, Kirt Charles: Multinational finance, 3. ed. - Mason, Ohio [u.a.]: Thomson/South-Western, 2004.

Brealey/Myers: Principles of Corporate Finance, 7. Aufl., New York 2003.

Fabozzi, Frank J./ Modigliani, Franco: Capital Markets, Institutions and Instruments, 3. int. Aufl., New Jersey: Prentice Hall, 2003.

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Assignment

Practical report

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

International Economics and Business

International Economics and Business

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0904 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0904

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Course contents

1. The international economy and globalization
2. World trade and capital flows - a quantitative analysis
3. Sources of comparative advantage
 - 3.1. Technology
 - 3.2. Factor endowments
 - 3.3. Economies of Scale
4. Exchange rate and comparative advantage
5. Comparative advantage and global supply chains
6. International trade without comparative advantage
7. Protectionism
8. Trade policies for developing nations
9. International factor movements and multinational enterprises
10. Globalization, inequality and corporate responsibility

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who have successfully completed this module know the main drivers of globalization and can explain their impact on the structure of the global economy, nations' trade policy instruments and corporate strategic options.

Deepening of knowledge

Students who have successfully completed this module have extensive knowledge of international trade, foreign direct investment, balance of payments and exchange rates. They can identify the winners and losers of globalization processes and assess their consequences for enterprises operating internationally.

Instrumental competence

Students who have successfully completed this module can interpret and evaluate the relevant global economic data and statistics to identify the winners and losers of globalization processes and to assess strategic options for enterprises operating internationally.

Communicative competence

Students who have successfully completed this module can critically analyze complex questions of the world economy and discuss them with colleagues and consultants at a high level. They question the political economy of dominant doctrines and media-propagated guidelines on economic governance in relation to the global economy.

Systemic competence

Students who have successfully completed this module acquire the ability to respond appropriately to unpredictable needs in a rapidly changing profession. They acquire a general problem-solving competence in the field of management in relation to international challenges.

Teaching methods

Seminar lecture with case studies and self-study. On the basis of selected texts, the students tap into precise knowledge of the structure and interdependencies in the global economy and analyze their significance for the strategic actions of companies.

Author

Trabold, Harald

Lecturers

Adam, Hans
Edling, Herbert
Hirata, Johannes
Mayer, Peter
Skala, Martin
Trabold, Harald

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

24	Seminars
----	----------

14	Exercises
----	-----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

30	Literature review
----	-------------------

30	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

22	Literature review
----	-------------------

30	Exam preparation
----	------------------

Literature

Krugman, Paul et al. (2015): International Economics - Theory and Policy. 10th Edition.
Carbaugh, Robert (2017): International Economics, 16th edition.
Ronald Jones, Rolf Weder (2017): 200 Years of Ricardian Trade Theory.
Peng, Mike (2013): Global Business, 3. Auflage.

Form of examination

Exam 2 hours
Exam 1 hour and assignment
Oral exam
Presentation
Assignment

Examination requirements

Postprocessing based on exercises and case studies

study of literature

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

International Marketing

International Marketing

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0602 (Version 8.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0602

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

5

Short description

Course contents

1. Internationalization as a challenge for marketing
2. Terminology and task fields of International Marketing
3. International market research
4. International marketing mix
 - 4a. International product management
 - 4b. International price management
 - 4c. International sales management
 - 4d. International communication management
5. Coordination decisions in International Marketing

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module

- know the culturally determined differences in various countries and the increased complexities which arise for product range decisions (4P's) in an international context.

Deeping of knowledge

Students who successfully complete this module

- have a detailed, extensive knowledge of the central areas of international marketing.

Instrumental competence

Students who successfully complete this module

- are able to interpret the various models of analysis for international cultures and make them useful for management decisions.

Communicative competence

Students who successfully complete this module

- are also able to work out causes and effects for complex issues in the field of international marketing and present them in an action-orientated way.

Systemic competence

Students who successfully complete this module

- are able to recognise logical connections, select suitable analysis procedures, and also work out practice-oriented solutions in very diverse, international contexts.

Teaching methods

Lectures, case studies, guest lectures, self-study

Recommended previous knowledge

Basic knowledge in marketing

Author

Roll, Oliver

Lecturer

Eggers, Sabine
 Wesselmann, Stefanie
 Griese, Kai Michael
 Roll, Oliver

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Std. Workload	Type of teaching
26	Seminars
13	Supervised small groups

Workload unattached from lecturer

Std. Workload	Type of teaching
42	Literature review
30	Preparation and follow-up of lectures
39	Case studies

Literature

Kotabe, Mike/Helsen, Kristiaan: Global Marketing Management, 5th Edition, 2011

Heilmann, Thomas: Praxishandbuch Internationales Marketing, 2006

Diverse Harvard Case Studies

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

IT and Information Management

IT and Information Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0605 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Module name

22M0605

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Course contents

1 Managing information systems

1.1 Terms and classifications

1.2 Strategic IT management

1.3 Operative IT management

1.4 IT professions

1.5 Security management

1.6 Data protection

1.7 Legal management

2 Methods and tools of information management

2.1 Data warehousing

2.2 OLAP

2.3 Business intelligence

2.4 Knowledge management

2.5 New developments

3 IT and IM controlling

4 Examples from Business Administration

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who successfully complete this module know about procurement and administration of information essential to the organization and have skills which enable information processing to be planned and secured in the long-term.

Deepening of knowledge

Students of this module acquire basic knowledge of the organization of information processing in an operational context. They define the contribution of information processing to business management.

Instrumental competence

Students who successfully complete this module are able to support IT projects, generate management information from data, and develop concepts such as how availability of valuable information can be made possible.

Communicative competence

Students who successfully complete this module are able to communicate and represent the contribution of IT to the achievement of corporate goals.

Systemic competence

Students prepare measures required to secure IT operation and support their implementation.

Teaching methods

Seminar teaching with project tasks for students.

Recommended previous knowledge

Fundamental principles of information systems and information processing

Author

Schmidt, Andreas

Lecturers

- Frey, Andreas
- Schmidt, Andreas
- Dallmüller, Klaus
- Hübner, Ursula Hertha
- Bensberg, Frank

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

34	Seminars
----	----------

4	Discussion forums and individual supervision
---	--

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

53	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

35	Exam preparation
----	------------------

24	Literature review
----	-------------------

Literature

- (1) Stahlknecht, Hassenkamp: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Springer Verlag.
- (2) Grob, Reepmeyer, Bensberg: Einführung in die Wirtschaftsinformatik, Verlag Vahlen.
- (3) O'Brien: Introduction to Information Systems, Irwin/McGraw-Hill.
- (4) Other literature – information to be supplied later.

Form of examination

Assignment

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Examination requirements

Handling and key knowledge of methods / fields of activity of strategic and operative IT management

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Konzeptentwicklung und Fallstudien zum Personalmanagement

Concept Development and Case Studies concerning Human Resource Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0300 (Version 11.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0300

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

In der Praxis der Personalarbeit müssen regelmäßig Entscheidungen mit unvollständigen Informationen und in einem engen Zeithorizont getroffen werden. Eine weitere Anforderung ist das Entwickeln von passgenauen Konzepten vor dem Hintergrund des zunehmend internationaleren Unternehmenskontextes. Statt einer "first-best"-Lösung ist es oftmals erforderlich mit Hilfe von Annahmen zu einer Entscheidung zu kommen, deren Tragfähigkeit sich erst mit der Zeit zeigen wird. Hier setzt dieses Modul an und bereitet die Studierenden anhand von Fallstudien auf komplexe Praxissituationen vor. Zielsetzung ist es dabei, dass die Teilnehmer die Tragweite von Entscheidungen und die Interdependenzen erkennen und dennoch handlungsfähig bleiben.

Lehrinhalte

Fallstudien, die übergreifend die Herausforderungen des HRM aus den beiden vorangegangenen Modulen vertiefen und Interdependenzen verdeutlichen:

- Handlungsbedarf/-alternativen,
- Entscheidungskriterien und Entscheidungen sowie deren
- Implementierung mit den jeweils geeigneten Methoden.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, identifizieren die Komplexität aktueller personeller Fragestellungen und deren Dringlichkeit. Sie wählen selbstständig Problembereiche aus, in denen Handlungsbedarf besteht.

Sie unterscheiden verschiedene Handlungsalternativen und verteidigen die von ihnen präferierte.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein integriertes Spektrum an Methoden zur Lösung besonderer Herausforderungen des HRM.

Sie erkennen und berücksichtigen die Besonderheiten bei der Implementierung von HR-Lösungen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, wenden adäquate Methoden zur Lösung von Herausforderungen des HRM an.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können auf der Basis anerkannter Methoden eigene Lösungsvorschläge entwickeln und die Chancen und Risiken kritisch abwägen und diskutieren.

Sie präsentieren eigene Entscheidungen und Entscheidungskriterien und rechtfertigen diese in Diskussionen.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können mit der Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit angemessen umgehen, eigene Annahmen setzen und fundierte Entscheidungen treffen.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird seminaristisch durchgeführt. Im Zentrum stehen dabei Fallstudien, die die Studierenden in Einzelarbeit vorbereiten und in Gruppenarbeiten diskutieren. Diskussionen und Übungen wechseln sich mit Vorlesungsanteilen sowie Referaten ab.

Empfohlene Vorkenntnisse

Personalpolitische Kooperations- und Konfrontationsstrategien, Personalentwicklung und Bildungsmanagement

Modulpromotor

Böhmer, Nicole

Lehrende

Böhmer, Nicole

Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
10	Vorlesungen
9	Übungen
9	betreute Kleingruppen
10	Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
34	Literaturstudium
28	Kleingruppen
20	Referate

Literatur

Böhmer, Nicole; Schinnenburg, Heike; Steinert, Carsten (Hrsg.): Fallstudien im Personalmanagement – Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München.

Mauffette-Leenders, L.A.; Erskine J.A.; Leenders, M.R. (2005): Learning with cases. London, Ontario.

Aktuelle Literatur (insbesondere Artikel aus Fachzeitschriften) zu den jeweiligen Themen/Fällen wird am

Semesteranfang bekannt gegeben.

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Präsentation

Prüfungsanforderungen

Erwartet werden vertiefte Kenntnisse über die behandelten Problemstellungen und die Fähigkeit, konzeptionelle Lösungen vorzuschlagen und zu begründen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Leadership and Teambuilding

Leadership and Teambuilding

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0603 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Module name

22M0603

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

5

Course contents

The module consists of two parts

I. Team-building (1st semester)

1. Principles of teams, teamwork and group dynamics
 - 1.1 Group, team and organizations
 - 1.2 Causal factors and indicators of team competence
 - 1.3 Team roles and team standards
2. Team competence: shaping roles and relationships for effective teamwork
 - 2.1 Stages of team building
 - 2.2 Communication, problem-solving and decision-making
 - 2.3 Team-building measures
 - 2.4 Team reflexivity

The "Team-Building" part module can be replaced by an "excursion".

II. Leadership training (2nd semester)

1. Role and task of executives
 - 1.1 Reflecting one's own experiences and leadership expectations (being led)
 - 1.2 Understanding leadership as an executive (leading)
2. Appraisal interviews
 - 2.1 Setting targets and preparing interviews
 - 2.2 Moderation
 - 2.3 Feedback methods
 - 2.4 Target agreement talks

Learning objectives

Broadening of knowledge

The students learn by practical exercises to reflect their expectations with regard to leadership and to define their own role as executive manager. Methodological resources, instruments and interventions for the leading of employees and teams/groups shall be used effectively.

Teaching methods

Lectures, work in small groups, role plays, case studies, feed-back methods, moderation

Recommended previous knowledge

Fundamental principles of employee leadership (BA)

Author

Schinnenburg, Heike

Lecturers

Kumbruck, Christel
Reuter, Katja
von Papen, Jost
Schinnenburg, Heike
Steinkuhl, Claudia

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

26	Seminars
----	----------

12	Teambuilding
----	--------------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

38	Arrangements/Post-Processing
----	------------------------------

74	Small groups
----	--------------

Literature

Bender, S. (2009): Teamentwicklung. Der effektive Weg zum "Wir".

Berne, E. (2007): Spiele der Erwachsenen. Psychologie der menschlichen Beziehungen. Reinbek (rororo).

Cohn, R. (2004): Von der Psychoanalyse zur themenzentrierten Interaktion. 15. Aufl. Stuttgart (Klett-Cotta).

Watzlawick, P., Beavin, J.H. & Jackson, D.D. (1996): Menschliche Kommunikation: Formen Störungen, Paradoxien. Bern (Verlag Hans Huber).

Laurie J.Mullins: Management and Organisational Behavior

Kriz, W./Nöbauer, B.: Teamkompetenz

Saul, Siegnar: Führen durch Kommunikation Weinheim1995

Harrison Owen: The Spirit of Leadership

Ungraded form of examination

Oral exam and successful participation

Duration

1 Semester

Offered times

Winter and summer semester

Language of instruction

English

Leadership und Innovation

Leadership and Innovation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0108 (Version 8.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0108

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Lehrinhalte

1. Bedeutung und Notwendigkeit von Innovationen für Unternehmen
 - 1.1 Innovationsstrategie
 - 1.2 Management des Innovationsprozesses
 - 1.3 Ideengenerierung und Wertmaximierung im Innovationszyklus
 - 1.5 Innovationsorganisation
 - 1.4 Bedeutung der Unternehmenskultur für erfolgreiches Innovationsmanagement
2. Hindernisse und Hemmnisse im Rahmen der Umsetzung von Innovationen
 - 2.1 Veränderungsmanagement
 - 2.2 Umgang des Individuums mit Veränderungen
 - 2.3 Umgang mit Widerständen
3. Lernende Organisation und Wissensmanagement
4. Leadership
 - 4.1 Leadership versus Management
 - 4.2 Führungsstile für erfolgreichen Wandel
 - 4.3 Herausforderungen von Führung in Veränderungsprozessen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Bedeutung und Notwendigkeit von Innovationen für Unternehmen und können die wichtigsten Methoden und Elemente des betrieblichen Innovationsmanagements auflisten. Sie schätzen deren Implikationen in Bezug auf betriebliche Veränderungsprozesse ein und verstehen die Notwendigkeit von Leadership für die erfolgreiche Begleitung von Veränderungsprozessen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, die Erfolgsfaktoren des betrieblichen Innovationsmanagements aufzuzeigen. Sie definieren den Beitrag von Innovationen für den betrieblichen Wertschöpfungsprozess und können Elemente erfolgreichen Führungsverhaltens im Rahmen von Veränderungsprozessen formulieren.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden können die Innovationsfähigkeit von Unternehmen anhand von hierfür notwendigen Erfolgsfaktoren kategorisieren und sind in der Lage, verschiedene Methoden zur Ideengenerierung anzuwenden.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden können Innovationsprozesse in Unternehmen sowie Führungsverhalten im Rahmen von Veränderungsprozessen analysieren und bewerten. Sie sind in der Lage, die entsprechenden Ergebnisse auf professionellem Niveau zu präsentieren.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden können in einem festgelegten Rahmen Konzepte für die Einführung bzw. Optimierung eines betrieblichen Innovationsmanagements entwickeln und an Beispielen Maßnahmen zur Umsetzung vorbereiten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Übungen, Kleingruppenarbeit, Rollenspiele, Fall-Analysen und Planspiele

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation

Modulpromotor

Steinert, Carsten

Lehrende

Schinnenburg, Heike

Dankert, Inga

Steinert, Carsten

Bensmann, Burkhard

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
26	Vorlesungen
8	Übungen
2	betreute Kleingruppen
2	Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
38	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
22	Hausarbeiten
30	Prüfungsvorbereitung
22	Literaturstudium

Literatur

Bruch et. al: Leadership – Best Practices und Trends

Streich et. al.: Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt

Hausschild: Innovationsmanagement

Kotter: Leading Change

Kotter: On what leaders really do

Schröder/Sommerlatte: Innovationsführerschaft - Credo und Praxis

Stolzenberg: Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren

Vahs/Brem: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung

Vahs/Weiland: Workbook Change Management

Wentz: Die Innovationsmaschine

Witten et. al: Betriebliches Innovationsmanagement

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Hausarbeit

Prüfungsanforderungen

Die Studierenden können Innovationsmanagement planen und organisationale und personale Ebene auf das Organisationsziel hin miteinander verbinden. Sie können systemisch mit Widerständen umgehen. Sie erkennen formale und informelle Regelsysteme in der Kultur einer Organisation, Störungen und Brüche in Entwicklungs- und Krisenphasen und können damit umgehen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Logistics´ Specials

Logistics´ Specials

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0875 (Version 4.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0875

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

Vertiefung von durch den Dozierenden jeweils ausgewählter Spezialbereiche der Logistik (z.B. International Logistics, Sustainable Logistics, Komplexitätsmanagement, Analyse & Modellierung von Supply Chains u.a.).

Lehrinhalte

1. Besondere Aspekte bei der Gestaltung internationaler Logistikketten
2. Logistik und interkulturelle Kompetenzen
3. Rechtliche Rahmenbedingungen der internationalen Logistik
4. Einsatz von Informationstechnologien zur Koordination internationaler Logistikketten
5. Einsatz von Logistikdienstleistern
6. Standortentscheidungen
7. Gestaltung der Infrastruktur auf nationaler und internationaler Ebene sowie Verkehrspolitik
8. Branchenlösungen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein – bezogen auf das Lehrgebiet/Fach – breit angelegtes allgemeines Wissen, kennen die Aussagen-kerne, die in den gängigen Theorien, Konzepten und Prinzipien/ Regeln eingebettet sind und sind sich der Entwicklung und des Wandels von Wissen und Verstehen bewusst.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben verfügen über detailliertes Wissen und haben ein kritisches Verständnis bezogen auf die meisten – wenn nicht sogar alle – Kerngebiete, Theorien, Prinzipien und Konzepte des Fachs.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verstehen ausgewählte Methoden und Strategien wirtschaftlich und anforderungsgerecht einzusetzen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, setzen verschiedene mündliche, schriftliche und technische Kommunikationsformen (Diskussionsbeitrag, Präsentation, Vortrag, Aufsatz) sowohl in bekannten als auch in unbekanntem Kontexten effektiv ein.

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, beherrschen gängige berufsbezogene Fähigkeiten, Fertigkeiten und Techniken und gehen mit entsprechenden Konzepten und Strategien fachgerecht um, um Standardaufgaben und fortgeschrittene Aufgaben zu bearbeiten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, studentische Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

Business in International Supply Chains

Modulpromotor

Jacob, Axel

Lehrende

Bode, Wolfgang

Schüller, Michael

O'Shea, Miriam

Bruns-Vietor, Sabine

Freye, Diethardt

Jacob, Axel

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

26 Vorlesungen

6 Exkursionen

6 betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

44 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

24 Literaturstudium

44 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Chopra, S.; Meindl, P.: Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation. Pearson 2015

Stadtler, H.; Kilger, C.: Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies. 5. Aufl. Berlin 2014

Christiansen, B.: Handbook of Research on Global Supply Chain Management. Hershey PA 2016

Straube, F.; Ma, S.; Bohn, M.: Internationalisation of Logistics Systems: How Chinese and German companies enter foreign markets. Berlin 2008

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Klausur 1-stündig und Assignment

Projektbericht

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Management Accounting mit ERP

Management Accounting based on ERP Software

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0144 (Version 5.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0144

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Die Studierenden sollen den inneren Zusammenhang von Management Accounting und den Zusammenhang mit der Finanzbuchhaltung und Buchungssystemen anderer betrieblicher Bereiche durch die Modellierung von Planungs- und Berichtsstrukturen in SAP R/3 praxisnah erfahren. Durch das Customizing in R/3 werden grundlegende Methoden des Management Accounting sehr sorgfältig und im unternehmerischen Kontext eingeübt, so dass sich durch das Studium des Moduls ein vertieftes Systemverständnis und Verständnis für die Möglichkeiten von Management Accounting für die Unterstützung unternehmerischer Entscheidungen ergibt. Das Modul verhilft den Studierenden zu Gestaltungskompetenz im Management Accounting, einem Teilbereich der kaufmännischen Unternehmensführung.

Lehrinhalte

1. Management Accounting supporting value oriented Management Decisions.
2. The concept of relevant costs
 - 2.1 Cost behaviour and cost volume relationships.
 - 2.2 Historical and relevant costs.
3. Measurement of cost behaviour.
4. Costing of Processes (Case Study in SAP R/3)
 - 4.1 Process Modelling
 - 4.2 Process Costing
5. Budgeting
 - 5.1 Budgets and overall goals
 - 5.2 The System of budgeted Controlling Objects
 - 5.3 Budgeting of Production
 - 5.4 Budgeting of Service Functions
 - 5.5 Capital Budgeting
6. Controlling the Budget (Case Study in SAP R/3)
 - 6.1 Controlling of production
 - 6.2 Controlling of service functions
7. Product costing (Case Study in SAP R/3)
8. Connectivity of cost accounting and financial accounting
9. The contribution of management accounting to financial control of enterprises.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, haben Gestaltungskompetenzen im Management Accounting erlangt.

Lehr-/Lernmethoden

eLearning, Fallstudien, Customizing von Fallstudien in SAP R/3

Empfohlene Vorkenntnisse

BA-Niveau in Betriebswirtschaftslehre

Modulpromotor

Seyfert, Wolfgang

Lehrende

Berkau, Carsten

Seyfert, Wolfgang

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

5	Vorlesungen
---	-------------

33	betreute Kleingruppen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

57	Referate
----	----------

55	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Brück, Uwe: Praxishandbuch SAP-Controlling. Bonn (Galileo Press)

Scheer, A.-W.: ARIS - Vom Geschäftsprozeß zum Anwendungssystem

Keller, G.; Teufel, T.: SAP R/3 prozeßorientiert anwenden - Iteratives Prozeß-Prototyping zur Bildung von Wertschöpfungsketten. Bonn et al. (Addison-Wesley)

Drury, Colin: Cost and Management Accounting. London et al (Thomson Business Press)

Horngren, C. et al.: Introduction to Management Accounting, Indianapolis(Prentice Hall)

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Projektbericht

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse des internationalen Kostenmanagements und der Umsetzung des Kostenmanagements mit einem ERP-System (SAP R/3)

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Managing for Sustainable Success - Business Ethics and Corporate Management

Managing for Sustainable Success - Business Ethics and Corporate Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0903 (Version 11.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0903

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

This module will provide a perspective on the integration of business management and ethical considerations. It will give an insight into the tension, the compatibilities and conflicts of ethical and business decisions.

Course contents

Part 1:

1.a. Ethical theories

- Introduction into ethics
- Utilitarianism, Kantian ethics and virtue ethics

1.b. Ethics in a market economy framework

- Market economy and social norms
- Social capital, solidarity and market economy
- Limits of markets

1.c. Ethical challenges and the role of information asymmetry

- Information asymmetry and ethical problems
- Corporate governance code

1.d. Management approaches to address ethical challenges

- Corporate Social Responsibility - limits and perspectives
- Management tools – integrity and compliance; mission statements, codes of ethics, codes of conduct, organisational changes

Part 2:

2.a. Financial Management and Value Creation

2.b. Measuring Performance and Risk

2.c. Sustainable Growth – Remaining successful in highly competitive and volatile markets

On the Relevance of Incentive Systems

Part 3:

3.1. Code of Ethics, Code of Conduct and Performance Requirements – a contradiction in terms?

3.2. Case Studies: Reviews on Good and Bad Practices

How to obtain sustainable success – a field report

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students have a sound understanding of key theories and contributions in business ethics and corporate performance management.

Deepening of knowledge

Students are able to go beyond the standard statements in media and public discussions and reflect on the challenges, opportunities and limitations in business practice.

Instrumental competence

Students are able to apply ethical theories.

Communicative competence

Students can apply advanced theories and tools and propose solutions for real business problems.

Teaching methods

Lectures, discussions, role plays, group work

Recommended previous knowledge

none

Author

Mayer, Peter

Lecturers

- Mayer, Peter
- Holst, Hans-Ulrich
- Hirata, Johannes

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

60	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours	Type of teaching
Workload	

- | | |
|----|---------------------------------------|
| 30 | Preparation and follow-up of lectures |
| 30 | Assignment |
| 30 | Small groups |

Literature

Chryssides, George D. and John H. Kaler (1993): An Introduction to Business Ethics, Thomson.

Crane, Andrew and Dirk Mattern (2010): business ethics, Oxford University Press

Wicks, Andrew C. et al (2010): Business Ethics - A managerial approach, Pearson.

Form of examination

Assignment
Exam 1 hour and assignment
Exam 2 hours
Oral exam
Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

Markenführung und Kommunikation

Brand Introduction and Communication

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0658 (Version 9.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0658

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Die Beschäftigung mit Marken ist ein faszinierender und wichtiger Bereich im Marketing. Mit Marken lassen sich komplette Markenwelten verbinden. Starke Marken bieten Identifikationsmöglichkeiten für die Käufer und stellen Werte für Unternehmen dar. Erforderlich ist eine in sich stimmige, längerfristig ausgerichtete Markenführung, die sich unter anderem der Kommunikation bedient, um beabsichtigte Inhalte zu transportieren.

Lehrinhalte

1. Markenbegriff
2. Markenstrategien
3. Markendehnung (Markenarchitekturen)
4. Kommunikation
5. Markenwert
6. Greenwashing

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende kennen Techniken der Markenführung, insbesondere aus dem Bereich der Kommunikation.

Wissensvertiefung

Sie verfügen über umfassendes Wissen über einzelne Facetten der Markenführung.

Können - instrumentale Kompetenz

Sie sind in der Lage, bei unterschiedlichen Rahmenbedingungen Entscheidungen zur Markenführung zu treffen (strategisch und operativ).

Können - kommunikative Kompetenz

Sie wissen, welche Informationen, nicht nur mit Blick auf die Kommunikation, notwendig für die Markenführung sind.

Können - systemische Kompetenz

Sie sind kompetente Ansprechpartner im Unternehmen und auch außerhalb (Agenturen).

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Fallstudien, Selbststudium

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Marketingkenntnisse

Modulpromotor

Griese, Kai Michael

Lehrende

Griese, Kai Michael

Meyer, Ulrike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

30 Vorlesungen

8 individuelle Betreuung

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

112 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Baumgarth, C. (2014): Markenpolitik: Markentheorien, Markenwirkungen, Markenführung, Markencontrolling, Markenkontexte, SpringerGabler, Wiesbaden.

Burmann, C., Halaszovich, T., Hemmann, F. (2012): Identitätsbasierte Markenführung, Gabler, Wiesbaden.

Esch, F-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 8. Auflage, München 2014.

Aktuelle Artikel aus wissenschaftlichen Marketing- und Managementzeitschriften

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Projektbericht

Präsentation

Prüfungsanforderungen

Vertiefte Kenntnisse über Branding (inklusive Kommunikation), Markenstrategien und Markenwertmessung

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Master Thesis

Master Thesis

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0689 (Version 9.0) vom 12.10.2017

Module name

22M0689

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

5

Short description

The studies conclude with the Master Thesis. It integrates the technical and interdisciplinary learning outcome of the modules of the study programme. By dealing with that subject thematically the student can prove his scientific and practical-oriented competences in an exemplary way. This module differs from all others of this study programme by its scope and implementation.

Course contents

Dealing with a practically relevant topic independently and scientifically.

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who have successfully studied this module,

- are able to define the practically relevant operational and management topic and put it in a context.
- are able to identify and develop adequate sources and they can balance critically its solidity.

Deepening of knowledge

Students who have successfully studied this module,

- are able to evaluate critically the present knowledge from research and teaching.
- are able to identify ethical implications.
- are able to create a scientific research approach to work on this topic.
- are able to defend this approach.

Instrumental competence

Students who have successfully studied this module,

- are able to carry out a pilot study on a quantitative and or qualitative basis to support the research approach.
- are able to collect primary data for the Master Thesis with quantitative and or qualitative data methods.

Communicative competence

Students who have successfully studied this module,

- are able to analyse the generated data and to present them with the appropriate techniques.
- are able to argue coherently and convincingly using different and complex sources.

Systemic competence

Students who have successfully studied this module,

- are able to prepare a study proposal.
- are able to plan and complete the Master Thesis independently.
- are able to prove their originality and creativity in the application of knowledge.

Teaching methods

Analyse, synthesis, conclusions, recommendations, implementations

Recommended previous knowledge

adequate specialised knowledge to the object of the study
The knowledge to prepare a scientific work at Master's level (interdisciplinary knowledge and skills)

Author

Frie, Jan

Credit points

30

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

15	Individual supervision
----	------------------------

15	Other
----	-------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
-------------------	------------------

870	Exam preparation
-----	------------------

Literature

Jankowicz, A.D.: Business Research Projects, International Thomson Business Press

in current edition and literature relevant to the particular project

Form of examination

Final thesis and colloquium

Duration

1 Semester

Offered times

Winter and summer semester

Language of instruction

German and English

Operations Management

Operations Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Modul 22M0879 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0879

Courses of studies

Business Management (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

Level

4

Short description

The aim of this module is to introduce to a broad range of operations management concepts, within the context of Change Management and Transformation. In addition to introductory sessions which explore the characteristics of operations management strategy and systems, a number of areas provide the framework for study: Process design - including product/service, process, supply chain, layout and flow, and job design, Planning and control - including capacity, JIT/lean and quality, Thematic change programmes/philosophies.

Course contents

- 1 Foundations
 - 1.1 Operations Management, Innovation and Transformation
 - 1.2 Operations Strategy
 - 1.3 Operations Performance
- 2 Operations Management - Design
 - 2.1 Process design and technology
 - 2.2 Layout and Flow
- 3 Operations Management - Planning and Control
 - 3.1 Capacity Planning and Control
 - 3.2 ERP/MRP, Lean Synchronisation and TQM
- 4 Operations Management - Improvement
- 5 Summary

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who have completed the module successfully, have a knowledge about principles of operations management in the context of Innovation and Change. Students understand the major theories, concepts and practices of operations management and are able to analyse the effectiveness of operations management practices in a wide range of organisations and sectors (manufacturing, service and public sector).

Deepening of knowledge

Students who have completed the module successfully, demonstrate a deep understanding of theoretical principles through application to organisational problems. Students are able to analyse and challenge organisational practices using systems concepts and have a deep knowledge in using the principles of operations management in the context of Innovation and change.

Instrumental competence

Students are able to work confidently with operations management tools.

Communicative competence

Students who successfully complete this module are able to analyse operation issues, and interpret and present the results. Students will learn to deliver MECE arguments (mutually exclusive and collectively exhaustive) and prepare convincing presentations.

Systemic competence

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of the internal business process and analyse it.

Teaching methods

Exercises, lectures

Recommended previous knowledge

None

Author

Halstrup, Dominik

Lecturers

Halstrup, Dominik

Frie, Jan

Hofmann, Kay Hendrik

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
10	Seminars
28	Case studies and exercises

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
30	Exam preparation
82	Preparation and follow-up of lectures

Literature

Nigel Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (2010), Operations Management, 6th edition, Pearson Education Limited

Brandon-Jones, A., Slack, N. (2008), Quantitative Analysis in Operations Management, Prentice Hall

Nigel Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (2009), Operations and Process Management: Principles and Practice for Strategic Impact, 2nd edition, Prentice Hall

Yalabik, B., Howard, M., Roden, S. (2012), The innovation game: lessons in strategy and managing operations, International Journal of Operations & Production Management, Vol. 32 Iss: 12, pp.1441 - 1459

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

Organisational Transformation Case Studies

Organisational Transformation Case Studies

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0881 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0881

Courses of studies

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

This module completes the major "Innovation and Transformation". It explores the interdependent aspects of strategic, structural and cultural decisions of business organizations in an international environment and highlights the impact of these interdependent areas on organizational competitiveness and performance. Special emphasis is placed on the nature of international corporations and innovative business models.

Course contents

The following topics are dealt with in case studies:

- Corporate leadership,
- Organizational cultures
- International aspects of organizational transformation
- Power and politics in transformation processes
- Strategic decision taking
- Reorganization of top management structures
- Crises management and corporate restructuring
- Acquisition and integration of business ventures/entities
- Joint ventures
- Strategic alliances and networks.

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students identify how issues of structure, culture, power, politics, leadership and learning can be used to understand and manage change in MNEs.

Deepening of knowledge

Students

- get a deeper understanding of planned and emergent transformational change.
- reflect the sources of organizational culture and the influence of national culture in business transformation

Instrumental competence

Students

- can analyse a business case in a systematic way
- differentiate between immediate and basic issues (importance and urgency) and causes/effects.
- are able to identify constraints and opportunities in complex business transformation processes
- use qualitative and quantitative analysis to draw appropriate conclusions and find solutions

Communicative competence

Students

- Interpret and explain the impact of different solutions on business performance, culture and employees in specific settings (e.g. sectors, countries)
- are able to explain decision criteria and reasons for suggested solutions

Systemic competence

Students

- are able to draw conclusions and develop concepts for organizational transformation
- can critically reflect strengths and weaknesses of a strategy and case solutions

Teaching methods

Lectures, discussions, case studies and group work

Recommended previous knowledge

Knowledge of International Business, strategic management and management concepts.

Author

Schinnenburg, Heike

Lecturers

Schinnenburg, Heike

Steinert, Carsten

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours

Workload

Type of teaching

20	Seminars
14	Exercises
2	Supervised small groups
2	Examinations

Workload unattached from lecturer

Hours

Workload

Type of teaching

47	Preparation and follow-up of lectures
16	Small groups
32	Exam preparation
17	Literature review

Literature

Mauffette-Leenders, L.A., Erskine, J.A., Leenders, M. (2007): Learning with cases. Richard Ivy School of Business.

Strategic Business Cases (yet to decide; Module starts in 2018)

Burnes, B. (2009): Managing Change

BCG (2015): Navigating a World of Digital Disruption.

Helpap, S.; Schinnenburg, H. (2016): Supervisors' Change Communication and Employees' Emotions: Reactions of German and Indian Employees to Organizational Change. Akzeptiert und präsentiert auf der EAWOP SGM, Athens, 8th to 10th of June 2016, Veröffentlichung in Vorbereitung.

Form of examination

Exam 2 hours

Presentation

Assignment

Exam 1 hour and assignment

Examination requirements

Students have to be able to analyse a complex business situation and to draw conclusions/develop concepts for a business transformation.

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Personalentwicklung und Karrieremanagement

Human Resource Development and Career Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0873 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0873

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Angesichts der Wissensgesellschaft und des Postulats "Lebenslanges Lernen" nimmt die Bedeutung der inner- und außerbetrieblichen Weiterbildung zu. Schnelle Veränderungen in Unternehmen führen dazu, dass traditionelle Karrierewege nicht mehr garantiert werden können, was individuellere Lösungen für die Karriereplanung notwendig macht. Gleichzeitig steigen auch die Anforderungen, angesichts knapper Ressourcen Personalentwicklung professionell zu managen, bedarfsgerecht zu entwickeln und auch den Nutzen nachzuweisen. Zentrales Ziel dieses Moduls ist es daher, fachbezogene, methodische und soziale Kompetenzen zu entwickeln, um diese Herausforderungen in Unternehmen sowie Non-Profit-Organisationen zu meistern.

Lehrinhalte

Personalentwicklung: Ziele, grundlegende Ansätze und Methoden
Forschung in der PE - Entwicklung und Bearbeitung einer Forschungsfrage
Kompetenzen und Anforderungsprofile
Internationale und interkulturelle Fragen der PE
Globales Talentmanagement und internationale Karriere
Karrierewege, -muster und typen
Genderspezifische Aspekte bei Karriereentscheidungen und Rahmenbedingungen
Personalentwicklungskonzepte
PE im Rahmen demografischer Entwicklung

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- verstehen die Ziele und Methoden der PE und können diese für unterschiedliche Bedarfe und Zielgruppen einordnen
- kennen Karrierekonzepte und -verläufe, sind in der Lage, diese aus Unternehmens- und Arbeitnehmersicht zu hinterfragen und für sich persönlich bei eigenen Karriereentscheidungen zu reflektieren
- können die besonderen Herausforderungen der Personalentwicklung und Bildung angesichts der Notwendigkeit lebenslangen Lernens kritisch reflektieren und auf unterschiedliche Kontexte (Branchen, internationale Anforderungen) übertragen

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- eignen sich zu einem relevanten Thema der Personalentwicklung und Karriereforschung vertieftes

Wissen an

- können zu diesem Thema eine Forschungsfrage entwickeln und diese auf der Basis von wissenschaftlichen Studien und theoretischen Konzepten bearbeiten
- sind in der Lage, Konzepte und Methoden der Personalentwicklung - auch im internationalen Kontext - fundiert beurteilen zu können.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- kennen nachhaltige Personalentwicklungskonzepte sowie Ideen zur Umsetzung und können diese auf Problemstellungen adäquat anwenden
- können im Bereich PE und Karrieremanagement konkrete Lösungsvorschläge entwickeln

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- können auf professionellem Niveau Fragestellungen der Personalentwicklung analysieren und diskutieren
- können eigene Forschungsergebnisse schriftlich sowie mündlich professionell darstellen
- können eigene Schlussfolgerungen bei komplexen Herausforderungen ziehen

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, ...

- können mit Ambiguität und Zielkonflikten in der beruflichen Personalentwicklung umgehen
- entwickeln Lösungsansätze und bedarfsgerechte Konzepte für Problemstellungen der Praxis

Lehr-/Lernmethoden

Seminar, Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeiten sowie Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundiertes Grundlagenwissen im Personalmanagement

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Böhmer, Nicole

Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
18	Vorlesungen
7	Übungen
7	betreute Kleingruppen
6	Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
24	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
30	Referate
28	Kleingruppen
30	Prüfungsvorbereitung

Literatur

- Becker, M. (2013): Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis.
- Böhmer, N.; Schinnenburg, H. (2016): "How gender and career concepts impact Global Talent Management", Employee Relations, Special Issue global Talent Management. Vol. 38 Iss: 1, pp. 73 – 93.
- Collings, D. G. and Melahi, K. (2009), "Strategic talent management: A review and research agenda", Human Resource Management Review 19 (2009) 304 – 313.
- Mainiero, L.A. and Sullivan, S.E. (2005), "Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the "opt-out" revolution", Academy of Management Executive, Vol. 19, No. 1, pp. 106-123.
- Schinnenburg, H. and Adam, S. (2013), "Warum Mütter sich (nicht) für Führungspositionen entscheiden – und was Unternehmen beeinflussen können", Göke, M. and Heupel, Th. (Eds.), Wirtschaftliche Implikationen des demografischen Wandels. Herausforderungen und Lösungsansätze, Springer Gabler, Wiesbaden, pp. 349-366.

Sowie weitere aktuelle Artikel und Ergänzungen

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Referat

Klausur 1-stündig und Assignment

Prüfungsanforderungen

Vertiefte Kenntnisse über die o.g. Themen werden ebenso abgefordert wie die Bearbeitung von Fällen und Entwicklung von Konzepten

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Product and Innovation Management

Product and Innovation Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0139 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0139

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Innovation ist ein "Dauerbrenner". Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist in vielen Märkten eine permanente Innovationsbereitschaft und -fähigkeit erforderlich, die von Veränderungen bestehender Produkte bis hin zu Basisinnovationen reicht. Neuproduktentwicklungen entstehen in der Regel nicht zufällig, sondern sind das Ergebnis eines systematischen Innovationsprozesses, der sich über mehrere Phasen erstreckt und verschiedene Entwicklungs- und Testmethoden integriert.

Lehrinhalte

1. Innovation als zentrale Managementaufgabe
2. Phasenkonzepte im Überblick
3. Innovationsprozesse in unterschiedlichen Bereichen
4. Empirische Analysemethoden
5. Markteinführungsplanung und Diffusionsmodelle
6. Pricing von Innovationen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die wesentlichen Methoden, die im Verlauf eines Innovationsprozesses Anwendung finden können.

Wissensvertiefung

Sie sind in der Lage, die einzelnen Facetten eines Innovationsprozesses in den Gesamtzusammenhang einzuordnen.

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, mit Hilfe multivariater Methoden (wie z.B. Conjointanalysen) und auf Basis vorhandenen Datenmaterials (wie Paneldaten) einen Markt zu analysieren und frühzeitig Trends, Risiken und Chancen zu erkennen. Auf Basis bestimmter Testergebnisse und Prognoseverfahren können Sie entscheiden, ob ein Innovationsprozess angestoßen und fortgesetzt werden soll.

Können - kommunikative Kompetenz

Damit werden sie zu kompetenten Gesprächspartnern für unterschiedliche, am Innovationsprozess beteiligte Bereiche im Unternehmen und außerhalb.

Können - systemische Kompetenz

Sie können einen Innovationsprozess mitsamt dem Markteinführungsplan problembewusst begleiten und sind in der Lage, die Auswirkungen einzelner Parameter eines Diffusionsprozesses einzuschätzen.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Fallstudien, Selbststudium, Gastvorträge

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Marketingkenntnisse

Modulpromotor

Roll, Oliver

Lehrende

Eggers, Sabine

Franke, Jürgen

Griese, Kai Michael

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

30	Vorlesungen
----	-------------

8	betreute Kleingruppen
---	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

73	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

25	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

14	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

Tidd/Bessant/Pavitt: Managing innovation. Integrating technological, market and organizational change, 3rd edition, 2005

Trott, Paul: Innovation Management and New Product Development, 4th edition, 2008

Harvard Business School Press: Managing Creativity and Innovation, 2003

Aktuelle Artikel aus Marketing- und Managementzeitschriften

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Projektbericht

Präsentation

Prüfungsanforderungen

Vertiefte Kenntnisse zu einzelnen Phasen des Produkt- und Innovationsmanagements

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch und Englisch

Risikomanagement

Risk Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0145 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0145

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Die Teilnehmer sollen Risiken in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen erkennen und unter Finanz.- und Controllingaspekten bewerten können. Sie sollen die Wirkungen von Risiken auf Liquidität und das Eigenkapital sowie Maßnahmen zur Risikosteuerung bestimmen und beurteilen lernen.

Lehrinhalte

- (1) Risiko in Produktions- und Dienstleistungsunternehmen, Risikotypen: Absatz, Finanz, Produktions, Organisations-Risiken
- (2) KontraG
- (3) Risikozyklus-Modell
- (4) Empirische Risikoforschung
- (5) Risikoerfassung mit EPKs
- (6) Finanzrisiken und Finanzinstrumente zur Absicherung von Risiko
- (6) Risikobewertung über Risk Map
- (7) Risikokombination
 - (7.1) Varianz-Kovarianz-Ansatz
 - (7.2) MonteCarloSimulation
 - (7.3) RiskManagement mit Excel
 - (7.4) RiskManagementSoftware
- (8) VaR-Modell und Anwendung auf F/S
 - (8.1) EaR
 - (8.2) CFaR
- (9) Risiko-Steuerung
- (10) Risiko-Controlling, Risk-Reporting

Entscheidungen unter Risiko, Kategorisierung von Risiken, Risikoidentifikation, Risikomessung und -bewertungsverfahren auch von Risikokombinationen (Simulation), Risikoprofile, Risikopolitik, risikobezogenes Reporting, Software zum Risk Management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können Risiken in Unternehmen erkennen und unter Controlling- und Finanzaspekten bewerten.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Studentische Präsentationen, Fallstudien, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor-Kenntnisse in Betriebswirtschaftslehre, insb. im Bereich Finanzen und Controlling

Modulpromotor

Arnsfeld, Torsten

Lehrende

Arnsfeld, Torsten

Lepelmeier, Dirk

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
28	Vorlesungen
10	Übungen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
42	Literaturstudium
35	Prüfungsvorbereitung
35	Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

Gleißner, Grundlagen des Risikomanagements, 3. Auflage

Schierenbeck, H.: Ertragsorientiertes Bankmanagement. Bd. 2, Wiesbaden (Gabler)

Burger, A.: Risiko Controlling

Seal, W.; Garrison, R.H., Noreen, E.W.: Management Accounting. London et al (Mc Graw Hill Education), chapter 11

Campenhausen, C.: Risikomanagement. Zürich (Füssli)

Ilbers, T.; Hey, A.: Risikomanagement. Rinteln (Merkur)

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Prüfungsanforderungen

Fundierte Kenntnisse des Risikomanagementprozesses und über die Bewertung und Simulation von Risiken. Kenntnisse über den Zusammenhang zwischen Risiken und erfolgs- und liquiditätsbezogenen Kennzahlen des handelsrechtlichen Jahresabschlusses nach HGB und IFRS. Kenntnisse über Methoden und Instrumente des Risikomanagement in Unternehmen.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Seminar/Fallstudien

Seminar/Case Studies

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0146 (Version 11.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0146

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

Das Modul soll konkrete Controlling und Finanzrechnungs-Erfahrungen vermitteln. Es steht die Anwendung von Softwarelösungen im Bereich Controlling und Finanzmanagement im Vordergrund, z.B. SAP R/3, SEM, BW.

Lehrinhalte

Methoden des Controlling (Strat. Controlling, Reporting,), der Finanzwirtschaft im praktischen Kontext, z.B. im Rahmen eines konkreten Unternehmens- oder Softwareprojekts (in Produktions- oder Dienstleistungsunternehmen).

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können konkrete Softwarelösungen im Bereich Controlling und Finanzmanagement anwenden.

Lehr-/Lernmethoden

Projektarbeit, Seminar

Empfohlene Vorkenntnisse

Controlling, Finanzwissenschaft, IT-/Wirtschaftsinformatik

Modulpromotor

Arnsfeld, Torsten

Lehrende

Berkau, Carsten

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

38 Praxisprojekte

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lehrtyp

112 Kleingruppen

Literatur

Küting, K.; Kagermann, H.; Wirth, A.: IFRS-Konzernabschlüsse mit SAP. Stuttgart (Schäffer/Poeschel)

Gomez, J.M. et al.: Einführung in SAP Business Information Warehouse. Berlin et al. (Springer)

Jones, P.: SAP Business Information Warehouse Reporting: Building Better BI and SAP NetWeaver 2004
S. Building Better BI with SAP BW 7.0

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Hausarbeit

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Projektbericht

Prüfungsanforderungen

vertiefte Kenntnisse in dem Projektthemengebiet

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Strategic Management

Strategic Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0604 (Version 11.0) vom 12.10.2017

Module name

22M0604

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

This course is for future managers who are keen to be involved in the process of strategy in organisations. It covers the strategic analysis, the identification and choice of strategic options and addresses the challenges and pitfalls of implementing strategy. It takes a dynamic and hands on approach through lecture activities and case studies where participants are challenged to think about how to apply strategic frameworks and concepts to their own research work. By the end of the course students should be equipped with the tools and techniques to be effective in thinking and acting strategically.

Course contents

1. A strategy as such and the strategy in particular

- what strategy is and what a manager has to do - how to formulate strategy and how to implement it

2. Forces having an impact

- the various lenses, the role of the organisational structure and the influence of technology - cooperation and concentration - globalisation and values

3. Contexts of strategic planning, processes and implementation

- strategies at work in start-ups and mature enterprises - how to manage experts, innovation and diversity and how to differentiate

3.1 Turnaround / change management, innovation management, internationalization

3.2 Project-oriented development and implementation of business strategies

4. Summary assessment of strategic management

Learning objectives

Broadening of knowledge

Students who have completed the module successfully, have a knowledge about principles of strategic management and have revisited tools and concepts of management studied at undergraduate level.

Deepening of knowledge

Students who have completed the module successfully can;

- appreciate the different methods by which corporate strategies are formed as an influence on an organisation's decision making

- demonstrate awareness of the issues associated with the growth of organisations in order to address problems by integrating the various business functions and respecting the overall context

- demonstrate awareness of the various strategies and issues associated with operating on a global scale

- appreciate the issues of growth by mergers, acquisitions and alliances

Instrumental competence

Students who have completed the module successfully can;

- apply information technology tools wherever adequate to underpin your awareness and demonstrate various issues or scenarios.

Communicative competence

Students who have completed the module successfully can;

- communicate essential moves to design and implement change
- modify behaviour to improve performance in strategic leadership

Systemic competence

Students who have completed the module successfully can;

- apply techniques of strategic analysis in the organisation
- appreciate the contribution of the leadership role to strategic direction and modify a company's behaviour to improve performance.

Teaching methods

Lectures, Reading Material, Case Studies, Video, Round-table discussions

Recommended previous knowledge

Fundamental principles of strategic management, strategy process, management tools, management concepts, strategy evaluation, fundamental principles of controlling, fundamental processes of project and process management

Author

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Lecturers

Halstrup, Dominik

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours	Workload
38	Seminars

38 Seminars

Workload unattached from lecturer

Hours	Workload	Type of teaching
112	Preparation and follow-up of lectures	

112 Preparation and follow-up of lectures

Literature

Hill, Ch.W.L., Jones, G.R. Strategic Management, An Integrated Approach,(1999), South Western Education.

Mintzberg, H. et.al. The Strategy Process - Concepts, Contexts, Cases, (2003), Prentic Hall.

Lynch, R. Corporate Strategy,(2000),2nd Edition, Financial Times/Prentice Hall.

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the summer semester

Language of instruction

English

Strategien und Implementation

Strategies and Implementation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0096 (Version 8.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0096

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Veränderungsprozesse sind nicht mehr besondere Phänomene, sondern sie gehören zum Tagesgeschäft von Unternehmen, das professionell gemanagt werden muss. Das Modul vermittelt vorrangig die Makro-Ebene von Change Management und den betriebswirtschaftlichen/sozialwissenschaftlichen Hintergrund. Das System Unternehmung steht mit seiner Komplexität im Vordergrund der Veranstaltung.

Lehrinhalte

- Notwendigkeit und Ziele von Change Management
- Strategie- und Geschäftsmodell-Veränderungen
- Verständnis und Bewertung moderner Geschäftsmodelle (u.a. Business Canvas)
- Modelle des Veränderungsmanagements
- Die Rolle des HRM und der Führungskräfte bei der Implementation
- Kommunikations- und Partizipationstools im Change Prozess
- Internationale und Interkulturelle Aspekte im Change Management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden bekommen einen Überblick über die Herausforderungen im Change Management. Sie reflektieren moderne Geschäftsmodelle und verstehen Chancen und Risiken für Unternehmen und Gesellschaft. Sie lernen Modelle des Wandels kennen und verstehen, warum Veränderungen Widerstände auslösen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden erlangen vertieftes Wissen zur Strategieveränderung und -implementation im Unternehmen. Sie verstehen die Bedeutung der Unternehmenskultur im Wandel und erwerben einen Einblick in internationale Herausforderungen im Change (Standardisierung versus lokale Adaption von Methoden und Konzepten).

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden erweitern ihre methodischen und analytischen Kompetenzen durch die Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien und verstehen, welche Rolle Führungskräfte bei der Umsetzung von Changeprojekten spielen. Für typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen können sie Lösungsmöglichkeiten erarbeiten, die strategische Überlegungen genauso berücksichtigen wie die wertebasierte Seite, um zu nachhaltigen Ergebnissen für die Zukunft zu kommen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden

- können erkennen, welche Change-Themen zu Widerständen führen
- verstehen die Bedeutung von mentalen Modellen und können diese in der Kommunikation berücksichtigen
- können Vorgehensweisen im Change kritisch hinterfragen und beurteilen

Können - systemische Kompetenz

Die Studierenden sind in der Lage, anhand von Fallstudien im Change Management komplexe Herausforderungen zu verstehen, alternative Lösungen zu durchdenken und Empfehlungen vorzuschlagen.

Lehr-/Lernmethoden

Die Veranstaltung wird überwiegend seminaristisch durchgeführt. Die Vorlesungsanteile dienen der Einführung in die Thematik, incl. der theoretischen Konzepte und Methoden, sowie Vorbereitung von Diskussionen, Fallstudien und Gruppenarbeiten.

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor-Vorkenntnisse: Gute Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaft (u.a. Managementkonzepte und -tools), Grundlagen des Personalmanagements,

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Schinnenburg, Heike

Steinert, Carsten

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

23	Seminare
10	Übungen
2	betreute Kleingruppen
3	Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

48	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
18	Kleingruppen
30	Prüfungsvorbereitung
16	Literaturstudium

Literatur

Burnes, B. (2009): Managing Change.

Krüger, W. / Bach, N. (2014): Excellence in Change.

Kotter, J.P. (2015): Die Kraft der zwei Systeme. In: HBM, Spezial Change Management.

BCG (2015): Navigating a World of Digital Disruption.

Helpap, S.; Schinnenburg, H. (2016): Supervisors' Change Communication and Employees' Emotions: Reactions of German and Indian Employees to Organizational Change. Akzeptiert und präsentiert auf der EAWOP SGM, Athens, 8th to 10th of June 2016, Veröffentlichung in Vorbereitung.

Yüksek, S. (heute Helpap); Schinnenburg, H. (2012): „Internationales Change Management: Einfluss der Kultur auf den Change Prozess am Beispiel Deutschland und Südkorea“. Zfo (Zeitschrift für Führung und Organisation), Heft 3/2012 zum Schwerpunktthema „Nachhaltiges Change Management“. S. 161-166.

Schallmo, D.R.A. (2013): Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren.

Sowie weitere aktuelle Artikel

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Referat

Hausarbeit

Klausur 1-stündig und Assignment

Prüfungsanforderungen

Für die Prüfung ist nachzuweisen, dass die theoretischen Grundlagen verstanden wurden und auf Unternehmensfälle umgesetzt werden können. Erwartet werden Kenntnisse zur Analyse von Changeprozessen und konzeptionelle Vorschläge zur Lösung.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Value Chain Management

Value Chain Management

Faculty / Institute: Business Administration and Social Sciences

Module 22M0905 (Version 11.0) vom 12.10.2017

Module number

22M0905

Courses of studies

International Business and Management (Master) (M.A.)

Level

4

Short description

The target of this module is to develop a better understanding of value creation and the management of operations in (global) value chains. Therefore, an understanding of the basic principles of value and (global) value chains and the underlying supply chain performance (efficiency versus agility) will be developed. Students will be able to align a value chain strategy to their customers' needs and their overall business strategy and they learn about the pros and cons of Value Chain concepts to discuss appropriate structures and systems in an adequate way. Last but not least they get to know to methods and best practices to most effectively / efficiently design and distribute goods and services.

Course contents

1. Introduction
2. Definition and Approaches to Value Chain Management: SCM, Value + Value Chains
3. Group Studies: What is the right Value Chain for your Product?
4. How to match Supply and Demand: RE
5. Matching the numbers: the need for inventory, Inventory management
6. Group Studies: The hidden effects of inventory
7. How to cope with uncertainty? Agile Supply Chains
8. Group Studies: Forecasting and Agility in Value Chains
9. Efficiency driven Supply Chains
10. Group Studies: Analyzing the Toyota Production System
11. Sustainability in Value Chains
12. Group Studies: Sustainable Value Chain Analysis
13. Review and poster presentations

Learning objectives

Broadening of knowledge

The students know the basics of Value Chain Management and they understand the connections between the relevant economic functions.

Deepening of knowledge

The students have the capability to understand the potentials of efficient Value Chains and to define the contribution of Value Chain Management to the company success.

Instrumental competence

The students have acquired the basic methods for designing the Value Chain and can apply these methods in the particular context.

Communicative competence

The students can identify the pros and cons in the configuration and operation of Value Chains and can argue appropriate structures and optimizations in an adequate way.

Systemic competence

The students have the capability to integrate the Value Chain into the context of Business Management in international Supply Chains and are able to analyse the relationship to business partners.

Teaching methods

lecture, presentation, group studies

Recommended previous knowledge

none

Author

O'Shea, Miriam

Lecturers

O'Shea, Miriam
Freye, Diethardt
Schüller, Michael
Bruns-Vietor, Sabine
Jacob, Axel

Credit points

5

Teaching / learning approach

Workload bound by lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

38	Seminars
----	----------

Workload unattached from lecturer

Hours Workload	Type of teaching
----------------	------------------

25	Preparation and follow-up of lectures
----	---------------------------------------

12	Literature review
----	-------------------

75	Assignment
----	------------

Literature

Basic readings:

[1] Sabri E H, Shaikh S N: Lean and Agile Value Chain Management - A Guide to the next Level of Improvement, J. Ross Publishing, Fort Lauderdale, 2010

[2] Porter M E (1985) Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance, Free Press, New York

[3] Fearne A et al.: Sustainable value chain analysis: a case study of South Australian wine, 2009

[4] Quayle M (2006) Purchasing and Supply Chain Management

Articles & Cases:

Fisher M L: What Is the Right Supply Chain for Your Product, Harvard Business Review, March/April 1997,

p.105-116

Callioni G et al.: Inventory-Driven Cost, Harvard Business Review, March 2005, p.1-8

Raman A, Fisher M L: Supply Chain Management at World Co., Ltd., Harvard Business School Publishing, November 2001, p.1-21

Spear S, Bowen H K: Decoding the DNA of the Toyota Production System, Harvard Business Review, 1999, p.95-106

Zhelyazkov G: Agile Supply Chain: Zara's case study analysis, Strathclyde University Glasgow

Form of examination

Exam 1 hour and assignment

Exam 2 hours

Oral exam

Assignment

Presentation

Duration

1 Semester

Offered times

Only offered in the winter semester

Language of instruction

English

Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Sales and Cooperation Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0367 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0367

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

International Business and Management (Master) (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

Der Marktzugang und die professionelle Marktbearbeitung werden zunehmend zu den kritischen Erfolgsfaktoren in den meisten Märkten. Die Fähigkeiten, innovative Vertriebskonzepte zu entwickeln, gewinnen daher stark an Bedeutung. Dabei ist ein weitreichendes Kooperationsverständnis gefordert.

Lehrinhalte

I. Grundlagen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement

II. Vertriebsmanagement

1. Elemente der Vertriebspolitik
2. Vertriebs- und Kundenbetreuungskonzeption
3. Kundengewinnung- und sicherung
4. Multi-Channel-Marketing
5. Sales Intelligence

III. Kooperationsmanagement

1. Bedeutung und Besonderheiten von Kooperationen
2. Bausteine des Kooperationsmanagement
3. Erfolgsfaktoren im Kooperationsmanagement

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen die wesentlichen Wissensbereiche des Vertriebs- und Kooperationsmanagements und können dieses problembezogen diskutieren sowie Beispiele geben.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein umfassendes und integriertes Wissen bezogen auf die meisten Kerngebiete und grundsätzlichen Facetten, die Grenzen und die Terminologien des Vertriebs- und Kooperationsmanagements und können dieses problembezogen diskutieren sowie Beispiele geben.

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Übung / Fallstudien mit konkreten betrieblichen Projektes, eLearning, Exkursion / Gastvorträge

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse im Marketing

Modulpromotor

Franke, Jürgen

Lehrende

Eggers, Sabine

Franke, Jürgen

Griese, Kai Michael

Roll, Oliver

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

38	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lehrtyp
------------------	---------

48	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

42	Kleingruppen
----	--------------

22	Bearbeitung der Fallstudie / Exkursion
----	--

Literatur

Albers, S..et al. (Hrsg.) (2003): Management virtueller Unternehmen, Wiesbaden

Homburg, Ch.: (2003): Sales Excellence, 3. Aufl., Wiesbaden

Saraiva, C. (2007): Effektive Kundenorientierung durch Instrumente des Vertriebscontrolling, München

Sydow, J. (Hrsg.) (2001): Management von Netzwerkorganisationen, 2. Aufl., Wiesbaden

Winkelmann, Peter (2008): Vertriebskonzeption- und Steuerung, 4. Aufl., München

Wohlgemuth, O. (2002): Management netzwerkartiger Kooperationen, Wiesbaden

Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Projektbericht

Präsentation

Prüfungsanforderungen

Kenntnisse der Vertriebsaufgaben sowie den damit verbundenen Leistungsanforderungen und Methoden im Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch