



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MODULHANDBUCH

**MASTERSTUDIENGANG
BUSINESS MANAGEMENT**

Prüfungsordnung 01.09.2024
Stand: 05.08.2025

HOCHSCHULE OSNABRÜCK

Inhaltsverzeichnis

Aktuelle Ambiguitäten der Arbeitswelt
Analyse wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Zusammenhänge
Business Data Science - von Daten zu Prognosen und Entscheidungen
Digital Enterprise Management
Digitales Marketing
E-Business - Realisierung der digitalen Wertschöpfungskette
End-User Development mit Office-Anwendungen
Forschungskompetenz
Führungstraining (Selbst- und Teamführung)
Fusion, Sanierung und Development
Geschäftsmodellanalyse und Transformation
Industrial and Organisational Transformation
Konzeptentwicklung und Fallstudien zum Personalmanagement
Künstliche Intelligenz, Ethik und Datenschutz
Leadership und Innovation
Lean Start Up and Innovation
Markenführung und Kommunikation
Mastermodul
Methodische Zukunftskompetenzen
Nachhaltigkeit und Unternehmensresilienz
Operations Management
Performance-, Risiko- und Szenario-Management
Personalentwicklung und Karrieremanagement
Product and Innovation Management
Strategic Management (Case Studies)
Strategisches Personalmanagement
Unternehmerisches Finanzmanagement
Vertriebs- und Kooperationsmanagement
Wirtschaftsethik

Hinweise zum Modulhandbuch

Weitere Hinweise ECTS

Für das erfolgreiche Bestehen des Moduls gelten die in dem ATPO aufgeführten Kriterien. Details zur Notenbildung für das Modul sind der jeweils gültigen Studienordnung und dem Besonderen Teil der Prüfungsordnung (BTPO) zu entnehmen. Zur Benotung der Prüfungsleistung(en) wird die an deutschen Hochschulen übliche Notenskala von 1 bis 5 herangezogen (vgl. ATPO).

AKTUELLE AMBIGUITÄTEN DER ARBEITSWELT

Current ambiguities of the working world

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1098 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1098
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Zentrales Ziel dieses Moduls ist es, Studierende auf komplexe personalpolitische Herausforderungen in einem sich schnell verändernden und durch Ambiguitäten geprägten Kontext vorzubereiten. Die Transformation des Personalmanagements angesichts aktueller Entwicklungen wird 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.

Lehr-Lerninhalte

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 - Digitalisierung und Implementierung von HR-Instrumenten

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
14	Vorlesung	Präsenz	-
16	Übung	Präsenz oder Online	-
4	Prüfung	Präsenz	-
11	individuelle Betreuung	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
29	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
23	Arbeit in Kleingruppen		-
10	Literaturstudium		-
20	Referatsvorbereitung		-
18	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
5	Selbsteinschätzung		-

Weitere Erläuterungen

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

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung umfasst insgesamt 100 Punkte. Diese setzen sich zusammen aus einem medialen Projektbericht und einer Hausarbeit (PME: 60 Punkte & HA 40 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolio-Prüfung: siehe "Bemerkungen zur Prüfungsart", HA ca. 5 - 10 Seiten und PME ca. 45 - 50 Min.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundierte Grundlagenwissen im Personalmanagement und Grundzüge des Arbeitsrechts.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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, können aus einem integrierten Spektrum an Methoden passende Lösungen für besonderer Herausforderungen des HRM diskutieren.

Wissensverständnis

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

Nutzung und Transfer

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

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden können die Studien, die sie anhand selbstständig ausgewählter Gütekriterien überprüft haben, vor dem Hintergrund ihrer Fragestellung und des aktuellen Forschungsstands evaluieren und Forschungsansätze für die betriebliche Personalforschung schlussfolgern.

Die Studierenden können die Daten, die sie anhand selbstständig entwickelter qualitativenr Methoden gewonnen haben, vor dem Hintergrund ihrer Fragestellung und des aktuellen Forschungsstands auswerten.

Kommunikation und Kooperation

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

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können eigenes und fremdes berufliches Verhalten auf Grundlage ihres Wissens über ethisch, sozial, ökonomisch und rechtlich relevante Problemstellungen des Personalmanagements normativ einordnen. Sie begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe aus der einschlägigen Fachliteratur sowie aus Studien.

Literatur

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

Gröbel, Rainer, & Dransfeld-Haase, Inga (Hrsg.): Strategische Personalarbeit in der Transformation: Partizipation und Mitbestimmung für ein erfolgreiches HRM. Frankfurt am Main: Bund-Verlag.

Scholz, Christian: Personalmanagement. 6. München.

In der jeweils aktuellen Aufgabe.

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

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul ist das erste von drei Modulen des Schwerpunkts Personal. Es legt die Grundlagen für die weiteren Module, insbesondere den intensiven Praxistransfer im dritten Modul, das auf Fallstudien und Konzeptentwicklung fokussiert.

Das Modul inkludiert zudem Anknüpfungspunkte zu den Kernkompetenzmodulen der MA-Programme im Bereich HRM.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Böhmer, Nicole

Lehrende

- Böhmer, Nicole

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

ANALYSE WIRTSCHAFTS- UND GESELLSCHAFTSPOLITISCHER ZUSAMMENHÄNGE

Analysis of economic and socio-political contexts

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1091 (Version 1) vom 24.10.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1091
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Das Verständnis wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Zusammenhänge ist von zentraler Bedeutung für den Unternehmenserfolg. Die Ausgestaltung der Wirtschaftspolitik, der Wechsel ordnungs- oder prozesspolitischer Vorstellungen, die Details wirtschaftspolitischer Realitäten entscheiden ebenso wie die gesellschaftspolitischen Vorstellungen in einem Land über die optimale Gestaltung von Unternehmensstrategien. Das Modul erweitert und vertieft relevantes Wissen über wirtschaftspolitische Prozesse und gesellschaftliche Debatten. Dabei sollen sich die Studenten kritisch mit den normativen Annahmen der Wirtschaftspolitik auseinandersetzen und grundlegende Aspekte der Legitimität von wirtschaftspolitischen Mitteln und Zielen erörtern. Sie sollen erörtern und erfassen, wie eng wirtschafts- und gesellschaftspolitische Debatten verwoben sind und im Unternehmensalltag Berücksichtigung finden müssen.

Lehr-Lerninhalte

Grundlagen der wirtschaftspolitischen Handelns; Ansätze zur Erklärung menschlichen Verhaltens; Grundlagen zentraler gesellschaftspolitischer Fragestellungen; Aktuelle Fälle der Wirtschaftspolitik (z.B. Mindestlöhne, Rentenreform); Lobbyismus;

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
85	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
20	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einem Referat (R). Die einstündige Klausur wird mit 60 Punkte und das Referat mit 40 Punkte gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Hausarbeit: ca. 15 Seiten

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolioprüfung: Klausur (siehe jeweils gültige Studienordnung) + Referat (20-minütig mit 5-seitiger Ausarbeitung)

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Abgeschlossenes Bachelorstudium im Bereich Wirtschaftswissenschaften, gute Kenntnisse in Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (bzw. Mikro- und Makroökonomik) und Wirtschaftspolitik, Kenntnis der laufenden öffentlichen Debatte zu wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Fragestellungen

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Auswirkungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen auf die Volkswirtschaft und Unternehmen. Sie erkennen die Relevanz gesellschaftspolitischer Debatten für unternehmerische Entscheidungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden haben die Fähigkeit, komplexe und vielschichtige wirtschafts- und gesellschaftspolitische Prozesse sowie deren direkte und indirekte Auswirkungen zu analysieren. Sie wissen um die Problematik unbeabsichtigter Konsequenzen wirtschaftspolitischer Maßnahmen und können deren Bedeutung einschätzen. Sie kennen die Parallelen (und Unterschiede) im Handeln zwischen Managern und Wirtschaftspolitikern. Die Studierenden sind sich der zweischneidigen Bedeutung des Lobbyismus für Unternehmen und die Volkswirtschaft bewusst.

Wissensverständnis

Die Studierenden haben sich die Technik der wirtschaftspolitischen Analyse angeeignet. Sie können ihr Wissen auf unterschiedliche Problemstellungen im Themenfeld der Wirtschaftspolitik anwenden.

Die Studierenden unterbreiten Lösungsvorschläge für wirtschaftspolitische Probleme.

Nutzung und Transfer

Studierende befassen sich in Fallstudien mit wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Fragen anderer Länder. Damit wird nicht nur neues Wissen generiert, sondern auch die Fähigkeit gestärkt, die Kontextbezogenheit angemessenen wirtschaftlichen Handelns besser zu verstehen.

Wissenschaftliche Innovation

Studierende erörtern und erkennen die vielfältigen Herausforderungen für die handelnden Akteure. Sie sind in der Lage, herauszuarbeiten, in welchen Dilemma-Situationen sich Unternehmen und staatliche Akteure wiederfinden. Sie erlernen, eigene Positionen zur Entwicklung resilienter Unternehmensstrategien zu entwickeln.

Kommunikation und Kooperation

Studierende erörtern gemeinsam wirtschafts- und gesellschaftspolitische Handlungsoptionen. Durch Rollenspiele und gezielte Aufforderung des Perspektivwechsels erarbeiten sie sich einen besseren Blick auf die Handlungsweisen wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Akteure. Durch den kreativen Umgang mit Präsentationsformen erwerben Studierende die Kompetenz, eigene Vorstellungen mit Nachdruck zu vermitteln.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

In diesem Modul ist die Interdisziplinarität von essentieller Bedeutung. Studierende erfassen, wie wichtig der Blick über den betriebswirtschaftlichen Bereich hinaus ist, um erfolgreich zu arbeiten. Durch die Diskussion von Beiträgen der Politikwissenschaft, der Psychologie, der Geschichte, der Soziologie und anderer Disziplinen wird deutlich, wie sehr professionelles Verhalten den Einbezug zentraler wissenschaftlicher Erkenntnisse außerhalb der Betriebswirtschaftslehre erfordert.

Literatur

Klump, Reiner (2013): Wirtschaftspolitik – Instrumente, Ziele, Institutionen. 3. Auflage, München – Pearson Studium;

Fritsch, Michael (2014): Marktversagen und Wirtschaftspolitik. 9. Auflage, München - Vahlen.

Häring, Norbert; Storbeck, Olaf (2007): Ökonomie 2.0 – 99 überraschende Erkenntnisse, Stuttgart – Schäffer-Poeschel;

Speth, Rudolf und Anette Zimmer (Hrsg., 2015): Lobby Work. Heidelberg - Springer;

Holzmann, Sara et al (2022): Nachhaltige Soziale Marktwirtschaft, Verlag Bertelsmann Stiftung;

Roberts, Anthea & Nicolas Lamp (2021): Six Faces of Globalization - Who wins, who loses, and why it matters, Harvard University Press

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Dieses Modul soll aufzeigen, dass wirtschaftliches Handeln stets im Kontext gesellschaftlicher Rahmenbedingungen zu sehen ist. In dem Modul werden immer wieder die Querverbindungen zu anderen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre, wie etwa Risikomanagement, Resilienz, Strategie oder Personalmanagement deutlich.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Mayer, Peter

Lehrende

- Mayer, Peter

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

BUSINESS DATA SCIENCE - VON DATEN ZU PROGNOSEN UND ENTSCHEIDUNGEN

Business Data Science - Forecasting and Decision Making

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1097 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1097
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

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.

Lehr-Lerninhalte

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

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
40	Seminar	Präsenz	-
5	betreute Kleingruppen	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
50	Prüfungsvorbereitung		-
55	Arbeit in Kleingruppen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

PPF-1: (100 Punkte) umfasst eine einstündige Klausur (50 Punkte) und ein schriftlicher Projektbericht (50 Punkte).

PPF-2: (100 Punkte) umfasst eine einstündige Klausur (50 Punkte) und eine Hausarbeit (50 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Schriftlicher Projektbericht im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 10 - 20 Seiten

Hausarbeit im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 10 - 20 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Umgang mit Serien von Fehlermeldungen, wie sie bei der Entwicklung technischer Systeme üblich sind.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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.

Wissensvertiefung

Die Teilnehmer kennen auch planerische Implikationen der Verfahren und können Aufwände bei den Vorverarbeitungs-, Modellierungs- und Interpretationsschritten der Datenanalyse abschätzen.

Nutzung und Transfer

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

Kommunikation und Kooperation

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

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

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

Literatur

Géron, Aurélien. Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow: Konzepte, Tools und Techniken für intelligente Systeme. O'Reilly, 2020. 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.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Analyse von Datensätzen und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen sind in allen Modulen anwendbar, die empirisch arbeiten.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Faatz, Andreas

Lehrende

- Faatz, Andreas

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

DIGITAL ENTERPRISE MANAGEMENT

Digital Enterprise Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1088 (Version 1) vom 28.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1088
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Das Modul führt in die Aufgabenfelder des Informationsmanagements ein, die zur Sicherstellung einer effektiven und effizienten Informationsversorgung in der Unternehmung erforderlich sind. Dabei wird insbesondere auf Konzepte, Methoden und Modelle des Prozess- und Datenmanagements eingegangen. Hierzu gehören beispielsweise Techniken zum Design und zur Analyse von Geschäftsprozessen (Business Process Management), zur Modellierung betrieblicher Entscheidungssituationen (Business Decision Management) sowie zur Handhabung strukturierter Datenbestände für die Aufgabenfelder des betrieblichen Berichtswesens.

Lehr-Lerninhalte

1. Einführung und konzeptionelle Grundlagen des Informationsmanagements
2. Geschäftsprozessmanagement
3. Geschäftsprozessoptimierung
4. Datenmanagement
5. Weiterführende Themenfelder des Informationsmanagements

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
50	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
35	Prüfungsvorbereitung		-
20	Literaturstudium		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Präsentation (PR) und einem schriftlichen Projektbericht (PSC). Die Präsentation wird mit 30 Punkten und der schriftliche Projektbericht mit 70 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Präsentation im Rahmen der PFP: ca. 20 - 40 Minuten

Projektbericht, schriftlich: ca. 10 - 15 Seiten, excl. Anhang

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundzüge der Wirtschaftsinformatik und Informationsverarbeitung

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende besitzen nach erfolgreichem Absolvieren des Moduls Kenntnisse in der Beschaffung und Administration der für die Organisation notwendigen Informationen sowie verfügen über Fertigkeiten, die die langfristige Planung und Sicherstellung der Informationsverarbeitung ermöglicht.

Wissensvertiefung

Studierende dieses Modul verfügen über grundlegendes Wissen hinsichtlich der Organisation der Informationsverarbeitung im betrieblichen Kontext. Sie definieren den Beitrag der Informationsverarbeitung zur Unternehmensführung.

Wissensverständnis

Die Studierenden bereiten Maßnahmen zur Sicherstellung des IT-Betriebs vor und begleiten deren Umsetzung.

Literatur

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

Clark D (2017) Beginning Power BI – A Practical Guide to Self-Service Data Analytics with Excel 2016 and Power BI Desktop, 2. Aufl.

Dumas M, La Rosa M, Mendling J, Reijers H (2018) Fundamentals of Business Process Management, 2. Aufl., Berlin.

Ferrari A, Russo M (2016) Introducing Microsoft Power BI, Redmond.

Freund J, Rücker B (2017) Praxishandbuch BPMN, 5. Aufl., München.

Krcmar H (2015) Einführung in das Informationsmanagement, 2. Aufl., Berlin.

Krcmar H (2015) Informationsmanagement, 6. Aufl., Berlin.

Silver B (2018) DMN Method & Style – Business Practitioner's Guide to Decision Modeling, 2. Aufl., Altadena USA.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Strategic Management (Case Studies)

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Bensberg, Frank

Lehrende

- Bensberg, Frank

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

DIGITALES MARKETING

Digital Marketing

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1089 (Version 1) vom 22.07.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1089
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Digitales Marketing ist heute für fast alle Unternehmen ein unverzichtbares Handlungsfeld. Die Nutzungsintensität von digitalen Medien hat sich über die letzten Jahre dramatisch gesteigert. Hierbei ist sowohl die Anzahl der Nutzer ist gestiegen als auch die tägliche Nutzungsdauer. In der GenZ liegt die tägliche Nutzungsdauer von digitalen Medien deutlich >5 Stunden.

Das Marketing muss sich daher auf die neuen Gegebenheiten einstellen: Mehr Pull, schnellere Reaktion, neue Kanäle, mehr Userinteraktion, mehr Authentizität - all das sind Stichwörter, die mit Leben gefüllt werden wollen.

Lehr-Lerninhalte

1. Grundlagen und Besonderheiten des Onlinemarketing
2. Planung eines Online-Marketing Konzepts
3. Kanäle, Plattformen und Instrumente
4. Online-Marketing
 1. Corporate Website
 2. E-Mail Marketing
 3. SEO
 4. SEA
 5. Affiliate Marketing
5. Social Media Marketing
 1. Plattformen
 1. Instagram
 2. Facebook
 3. LinkedIn
 4. Andere
 2. Content-Strategie
 3. Paid Advertising
6. Rechtliche Rahmenbedingungen

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
42	Literaturstudium		-
33	Sonstiges		Fallstudien

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung) oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Hausarbeit (HA). Die einstündige Klausur und die Hausarbeit werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit im Rahmen der Portfolioprüfung: ca. 10 - 15 Seiten

Referat: ca. 20 - 40 Minuten, dazugehörige Ausarbeitung: ca. 5 - 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse im Marketing

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, kennen die Rahmenbedingungen, Plattformen, Instrumente und rechtliche Rahmenbedingungen des digitalen Marketings.

Wissensvertiefung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, verfügen über detailliertes, umfassendes Wissen zu den zentralen Gebieten des digitalen Marketing. Sie kennen auch die Backends der jeweiligen Plattformen und können diese grundlegend bedienen.

Wissensverständnis

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können die digitalen Medien nicht nur als Anwender nutzen, sondern haben ein differenziertes Verständnis des Zustandekommens von Inhalten und können sich reflexiv mit den SM Inhalten auseinandersetzen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden kennen den aktuellen Wissensstand und können das Wissen in Übungen und Fallstudien gezielt anwenden. Aufbauend auf der Theorie können sie praxisnahe Lösungen entwerfen und strukturieren.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden können zur Lösung konkreter Probleme im Online Marketing nicht nur Lehrbuchwissen, sondern auch aktuelle Forschungsergebnisse heran ziehen. Sie sind in der Lage, praktische Probleme in gezielte Forschungsfragen umzuwandeln und so auf der Grundlage von Fachliteratur zu evidenzbasierten Lösungen zu kommen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden können das Wissen und die Kompetenzen zum digitalen Marketing sowohl im 4 Augen Gespräch als auch in größeren Gruppen zielorientiert und situationsangemessen darstellen. Durch Diskussionen und Präsentationen lernen Sie, eigene Standpunkte zu vertreten, andere Positionen zu verstehen und zu reflektieren sowie darauf aufbauend Synthesen und kreative Lösungen zu entwickeln.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können Sachverhalte zum digitalen Marketing kritisch reflektieren. Sie verfügen über die Fähigkeit, das vorhandene Wissen auch vor dem Hintergrund ethischer Maßstäbe zu beurteilen und im Sinne der Nachhaltigkeit auch auf den gesellschaftlichen Einfluss hin zu beurteilen.

Literatur

- Kreutzer, Ralf T.: Online Marketing
- Kreutzer, Ralf T.: Social-Media-Marketing kompakt: Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern
- Schwarz-Musch, Alexander / Tauchhammer, Alexander / Guetz, Bernhard: Quick Guide Digital Marketing Roadmap: Analyse, Konzeptentwicklung und Erfolgsmessung Ihres Digitalen Marketings
- Detscher, Stefan: Digitales Management und Marketing: So nutzen Unternehmen die Marktchancen der Digitalisierung

Jeweils in aktueller Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Digital Enterprise Management

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Roll, Oliver

Lehrende

- Roll, Oliver

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

E-BUSINESS - REALISIERUNG DER DIGITALEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE

E-Business - Realisation of the Electronic Value-Chain

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1134 (Version 3) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1134
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

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.

Lehr-Lerninhalte

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 Einkauf - 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

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Seminar	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
105	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Hausarbeit (HA) und einer Präsentation (PR). Die HA wird mit 70 Punkten und die PR wird mit 30 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Portfolio-Prüfung:

- Präsentation: ca. 20 Minuten
- Hausarbeit: ca. 10-15 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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 begreifen 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.

Wissensverständnis

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.

Nutzung und Transfer

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

So können sie Anforderungen an aktuelle Systeme des eBusiness aus Unternehmenssicht spezifizieren, geeignete Systeme identifizieren (z.B. Online-Shop Systeme, Sales-/ Marketing-Automation-Systeme, Analytische Systeme) und beispielhaft Anwendungsfälle in diesen Systemen bzw. Testumgebungen umsetzen.

Kommunikation und Kooperation

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

Literatur

Chaffey, Dave; Arturi, Tanya; Edmundson-Bird, David: Digital Business and E-commerce Management. Pearson Education, London, in aktueller Auflage

Gläß, R.; Leukert, B.: Handel 4.0, Die Digitalisierung des Handels – Strategien, Technologien, Transformation, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, in aktueller Auflage

Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce, Springer-Verlag, Wiesbaden, in aktueller Auflage

Jelassi, T. and Enders, A. Strategies for E-business: Creating Value through Electronic and Mobile Commerce. Pearson Education, Edinburgh, in aktueller Auflage

Kollmann, Tobias: E-Business - Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. SpringerGabler, Wiesbaden, in aktueller Auflage.

Laudon, Kenneth, C.; Guercio Traver, Carol: E-commerce: business. technology. society. Pearson Education, Global Edition, in aktueller Auflage

Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette. in aktueller Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, in aktueller Auflage

Schmidt, Andreas: Wissenszentriertes Kundenbeziehungsmanagement – Wie Customer Artificial Intelligence Ihr Unternehmen smart macht. Kohlhammer Verlag, in aktueller Auflage

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

Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW), <https://www.bvdw.org/>

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), <https://www.bevh.org>

Handelsverband Deutschland (HDE): Handel digital - Online Monitor. <https://www.einzelhandel.de/online-monitor>

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul steht in Beziehung zu den beiden weiteren Modulen der Vertiefung Digital Business.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schmidt, Andreas

Lehrende

- Schmidt, Andreas

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

END-USER DEVELOPMENT MIT OFFICE-ANWENDUNGEN

End-User Development with Office Applications

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0876 (Version 3) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0876
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Office-Anwendungen wie z. B. Tabellenkalkulationsprogramme 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 weiter verstärkt. Den Studierenden werden in diesem Modul die notwendigen Fertigkeiten und Fähigkeiten vermittelt, um Office-Anwendungen (insbes. MS Excel) zur Unterstützung und Automatisierung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen selbstständig zu programmieren, zu ergänzen, anzupassen und weiterzuentwickeln. Im Mittelpunkt steht dabei die Programmiersprache Visual Basic for Applications (VBA), die sich insbesondere zur endbenutzerorientierten Programmierung eignet und große Potenziale zur Automatisierung von Arbeitsabläufen besitzt.

Lehr-Lerninhalte

1. Konzeptionelle Grundlagen des End User Development
2. Vorstellung ausgewählter Office-Produkte zur Unterstützung der betrieblichen Informations-verarbeitung
3. Einführung in die Entwicklung von Office-Anwendungen mit MS Excel und Visual Basic for Applications (VBA)
4. Management und Governance von Office-Anwendungen

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
80	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
25	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung umfasst zwei Teilleistungen: Präsentation (PR) und Projektbericht schriftlich (PSC) mit insgesamt max. 100 Punkten. Der Projektbericht wird mit 70 Punkten und die Präsentation mit 30 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Hausarbeit: 15 Seiten zzgl. Anhang/Anlage

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolioprüfung: Präsentation ca. 20 bis 40 Minuten und Projektbericht, schriftlich ca. 10 bis 15 Seiten, exklusive Anhang

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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.

Wissensverständnis

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

Nutzung und Transfer

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.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden sind befähigt, Problemstellungen der Softwareentwicklung im Rahmen eines gestaltungsorientierten Forschungsansatzes (Design Science Research, DSR) zu handhaben und implementierungsrelevante Informationsquellen systematisch zu erschließen.

Kommunikation und Kooperation

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.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können die ökonomischen Konsequenzen des Einsatzes von Office-Anwendungen bewerten.

Literatur

Alpar P, Alt R, Bensberg F, Czarnecki C (2023) Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik – Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen, 10. Aufl., Springer Vieweg, Wiesbaden, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-40352-2>

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.

Microsoft Corporation (Hrsg.)(2024): [VBAL] VBA Language Specification Release: November 12 2024, im Internet: <https://msopenspecs.azureedge.net/files/MS-VBAL/%5bMS-VBAL%5d.pdf>

Nahrstedt H (2022) Die Welt der VBA-Objekte - Was integrierte Anwendungen leisten, 2. Aufl., Wiesbaden.

Theis T (2020) Einstieg in VBA mit Excel, 5. Aufl., Bonn.

Weber I (2024) VBA für Office-Automatisierung und Digitalisierung, Wiesbaden.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Kompetenzen sind relevant für die Durchführung von praxisorientierten Masterarbeiten, in denen die Gestaltung von Office-Anwendungen zur Handhabung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen thematisiert wird.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Bensberg, Frank

Lehrende

- Bensberg, Frank

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

FORSCHUNGSKOMPETENZ

Research Competence

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1085 (Version 1) vom 27.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1085
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Das Modul zeigt auf, wie die Studierenden selbst aktiver Teil des Forschungsprozesses werden können und vermittelt in diesem Sinne Grundlagen qualitativer und quantitativer Methoden.

Lehr-Lerninhalte

1. Grundlagen
 - 1.1 Forschungsprozess
 - 1.2 Wissenschaftstheorie
2. Untersuchungsplanung
 - 2.1 Konzeptspezifikation
 - 2.2 Operationalisierung
 - 2.3 Messen, Gütekriterien
 - 2.4 Indexbildung
 - 2.5 Skalierungsverfahren
 - 2.6 Forschungsdesigns
 - 2.7 Entwicklung einer offenen Fragestellung, Literaturstudie
 - 2.8 Konzeptklärung
 - 2.9 Feldzugang, Samplebildung
 - 2.10 Offene und objektorientierte Erhebungs- und Auswertungsverfahren
3. Datenerhebung
 - 3.1 Standardisierte Verfahren
 - 3.2 Offene bzw. subjektorientierte Verfahren
4. Datenaufbereitung und Datenanalyse
 - 4.1 Inhaltsanalyse nach Mayring
 - 4.2 Grounded Theory
 - 4.3 Datenvercodung
 - 4.4 Datenbereinigung
 - 4.5 Quantitative Inhaltsanalyse
 - 4.6 Deskriptive Statistik
 - 4.7 Multivariate Statistik
 - 4.8 Signifikanztests

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Seminar	Präsenz	-
15	Labor-Aktivität	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Prüfungsvorbereitung		-
40	Hausaufgaben		-
35	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Unbenotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

PPF: Die PPF umfasst 100 Punkte und setzt sich aus einer einstündigen Klausur (K1) und einem schriftlichen Projektbericht (PSC) zusammen. Die K1 und der PSC werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Schriftlicher Projektbericht im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 10 - 20 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Deskriptive Statistik, Lesekompetenz englischer Fachtexte aus allen Bereichen der Betriebswirtschaftslehre und der angewandten Sozialforschung.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden lernen den Prozess wissenschaftlichen Forschens und Erkennens aus der Perspektive verschiedener Ansätze kennen. Sie entwickeln einen differenzierten, wissenschaftlichen Blick auf Kenntnisse und Wissen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden vertiefen die Kompetenz, empirische Studien zu fachrelevanten Fragen zu verstehen, zu beurteilen und kritisch zu reflektieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden verstehen und begründen den Einsatz quantitativer und qualitativer Methoden der empirischen Sozialforschung.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können empirische Studien selbständig konzipieren, durchführen und auswerten.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden versprachlichen Fragestellungen der fachlichen Forschung, operationalisieren diese, treffen eine begründete Wahl quantitativer und qualitativer Methoden, können diesen Prozess wiederum darstellen und seine Grenzen aufzeigen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis dafür, wie sie die Gewinnung von Daten, ihre Aufbereitung, Interpretationen mittels qualitativer und quantitativer Methoden darstellen können. Sie wägen ab, wie dies zum fachlichen Diskurs im Unternehmen und wie dies zum wissenschaftlichen Diskurs beitragen kann und wie die Darstellungsform an diese Kontexte angepasst werden muss.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden integrieren wissenschaftliche Methoden und den forscherschen Prozess in ihr Bild der Profession. Dies umfasst die allseitige Kompetenz, zu organisationsinternen und -übergreifenden sowie zu marktbezogenen, sozialen und politischen Fragestellungen Forschungsimpulse setzen und Innovationsunterstützung liefern zu können.

Literatur

- Diekmann, Andreas (2020): Empirische Sozialforschung, Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Reinbek b.H.: Rowohlt (13. Aufl.).
- Schnell, Rainer; Hill, Paul; Esser, Elke (2018): Methoden der empirischen Sozialforschung. De Gruyter Oldenbourg.
- Kromrey, Helmut (2016): Empirische Sozialforschung. Modelle und Methoden der Datenerhebung und Datenauswertung. Opladen: Leske + Budrich (13. Aufl.).
- Field, Andy (2018): Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics, Sage Publications Ltd. (5. Auflage)

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul dient auch der Erwerbung von Methodenkompetenzen für die Masterarbeit.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Faatz, Andreas

Lehrende

- Faatz, Andreas

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

FÜHRUNGSTRAINING (SELBST- UND TEAMFÜHRUNG)

Leadership Training (Self leadership and team leadership)

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1086 (Version 1) vom 31.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1086
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Winter- und Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	<p>Das Modul arbeitet im ersten Teil (Selbstführung u. Umgang im Team) in der ganzen Gruppe; dieser Teil wird vom Studiengang organisiert.</p> <p>Im zweiten Teil (Teamführung) wird aufgrund des hohen Trainingsanteils mit einer geteilten Gruppe gearbeitet. Dieser Teil wird daher in der Blockwoche im SoSe bzw. WiSe mit jeweils der Hälfte der Gruppe durchgeführt. Daher gibt es die Frequenz im Wi- und So-Se, jeweils mit der Teilgruppe.</p>
Dauer des Moduls	1 Semester

Besonderheiten des Moduls

Das Modul wird studiengangintern durchgeführt, um den sozialen Zusammenhalt in der Studiengruppe zu stärken und die Voraussetzungen für das Einbringen persönlicher Themen sowie das Teilen eigener Erfahrungen zu schaffen. Es geht hier darum, einen vertrauensvollen, sicheren Rahmen zu schaffen, der auch einen offenen Umgang mit Fehlern und Schwächen zulässt und somit in besonderem Maße zur Persönlichkeitsentwicklung beiträgt.

S. weiterhin die Hinweise zur Frequenz.

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Erfolgreiche Führung findet auf mehreren Ebenen statt. Zunächst geht es um Selbstführung und -organisation, um für das eigene Handeln Verantwortung zu übernehmen. Das gilt in heutigen, flexiblen und häufig agilen Arbeitssettings in besonderer Weise. Das vertrauensvolle, zielorientierte Agieren in Teams ist ein weiterer Aspekt der Selbstführung und der Kooperations- und Koordinationsfähigkeit.

Die Führung von Teams ist demgegenüber erst der nächste Schritt und bedeutet, sich flexibel auf wechselnde Anforderungen zwischen Aufgabenorientierung und Zielerreichung einerseits und Mitarbeiterorientierung andererseits einstellen zu können. Führungskräfte müssen sich zeitgleich selbst ständig ändernden Anforderungen anpassen und Mitarbeitende einbinden, fördern und anleiten, diesen Wandel mit zu vollziehen. Sie müssen in der Lage sein, Konfliktsituationen im Team zu regeln und Gespräche zu moderieren.

Lehr-Lerninhalte

Das Modul besteht aus zwei Teilen

1.1.Selbstführung und -organisation: Eigene Werte, Selbstbild und eigene Wirkung auf andere (1. Semester)

1.2 Agieren im Team: Phasen der Teamentwicklung und sinnvolle Interventionen

1.3 Problemlösung und Reflexion im Team

2. Führungstraining (je zur Hälfte der Gruppe im Wi- bzw. So-Semester)

2.1. Rolle und Aufgaben der Führungskraft in modernen Arbeitsorganisationen, u.a. auch virtuelle Führung

2.2 Reflexion eigener Erfahrungen und Erwartungen an Führung (geführt werden) & Führungsverständnis als Führungskraft

2.3 Kommunikation in der Führung & Mitarbeiter-Gespräche

2.3.1 Kommunikationswege und Herausforderungen

2.3.2 Zielsetzung und Gesprächsvorbereitung

2.3.3 Gesprächsführung

2.3.4 Feed-Back-Methoden

2.3.5 Zielvereinbarungsgespräche

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
23	Seminar	Präsenz	-
22	Übung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
24	Arbeit in Kleingruppen		-
35	Literaturstudium		-
14	Peer-Feedback		-
8	Selbsteinschätzung		-
24	Sonstiges		Lerntagebuch

Weitere Erläuterungen

Der Übungsteil kann auch ein Experiment, eine Team-Challenge oder eine kleine Exkursion umfassen.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Unbenotete Prüfungsleistung

- regelmäßige Teilnahme und mündliche Prüfung und Lerntagebuch

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Prüfungsleistung besteht aus der regelmäßigen Teilnahme, einer erfolgreich absolvierten Gesprächsführungsübung (mündl. Prüfung) sowie dem Führen eines Lerntagebuchs über ein Semester.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Eine Gesprächsführungsübung (M) umfasst ca. 20-30 Minuten sowie eine kurze anschließende Reflexion.

Ein Lerntagebuch umfasst ca. 10-15 Seiten persönliche Reflexion.

Regelmäßige Teilnahme: siehe Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen der Mitarbeiterführung (BA) und des Personalmanagements.

Grundverständnis für Kommunikationsprozesse (z.B. Kommunikationsmodell, Feedback, etc.).

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende, die das Modul absolviert haben, können

- Führungskonzepte und aktuelle Erkenntnisse der Führungs- und Motivationsforschung differenzieren,
- eigene Ziele setzen und reflektieren
- ihr Handeln und ihre Selbstorganisation sowie ihre Erwartungen an Führung einordnen und reflektieren und
- die eigene Rolle als Führungskraft skizzieren.

Sie verstehen methodisches Handwerkszeug, Instrumente und Interventionen zur Führung von Mitarbeitern und Teams/Gruppen und sind in der Lage, deren Wirkungen zu beschreiben.

Wissensvertiefung

Die Studierenden kennen aktuelle Führungstheorien und sind in der Lage, diese auf praktische Führungsherausforderungen hin zu reflektieren. Sie sind in der Lage, verschiedene Führungstools differenziert mit Blick auf ihre Einsatzmöglichkeiten zu erläutern.

Wissensverständnis

Die Studierenden verstehen, welche Auswirkungen eigenes Handeln auf andere hat und wägen alternative Handlungsoptionen bei der Lösung von Führungsherausforderungen ab. Sie sind in der Lage, Neben- und Folgewirkungen abzuschätzen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden weisen Kompetenzen nach, Mitarbeiter und Teams/Gruppen auf zu erreichende Aufgaben und Ziele hin mittels Instrumenten und Interventionen situationsadäquat zu leiten und zu steuern. Sie verstehen die Besonderheiten virtueller Führung und können diese in ihrem Handeln berücksichtigen.

Sie können Konflikte regeln, Gespräche in Gruppen moderieren und sind sich selber in ihrer Motivation, ethischen Wertorientierung und emotionalen Verfassung bewusst.

Wissenschaftliche Innovation

Dieses Modul dient der Persönlichkeitsentwicklung und der Begleitung der Studierenden bei Gruppenlernprozessen. Der wissenschaftliche Bezug ist hier vor allem bei der Anwendung von Forschungserkenntnissen auf typische Team- und Führungsherausforderungen gegeben.

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage

- als Mitglied eines Teams konstruktiv eigene Beiträge zu leisten, persönliche Wünsche zu äußern, Konflikte anzusprechen und Interessen abzuwägen und zu berücksichtigen,
- in einer Führungsrolle Gespräche mit Mitarbeitern reflektiert vorzubereiten und diese zielorientiert, empathisch sowie kognitiv flexibel zu führen, um eine gute Lösung - auch bei Konflikten - zu erreichen und
- können die besonderen Rahmenbedingungen bei virtuellen Führungssettings in ihrem Handeln berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Studierende, die dieses Modul absolviert haben,

- sind sich ihrer eigenen Wirkung auf andere bewusst,
- können ihre Handlungen selbst regulieren,
- verstehen die Auswirkungen eigenen Handelns und
- sind in der Lage, ihre eigene (Führungs-)Rolle professional und wertorientiert zu gestalten und zu reflektieren.

Literatur

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).

Metz, A.; Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2022): Vertrauensaufbau als zentrale Herausforderung in der virtuellen Führung. Die Unternehmung. Jg. 76, Special 01/22: Digitalization and the Future of Work, S. 50-63. DOI: 10.5771/0042-059X-2022-1-50

Pruisken, S.; Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2020): Virtuelle Führung. Wie Vertrauensaufbau und Informationsaustausch in virtuellen Teams gelingt. zfo, 6/2020, S. 372-378

Senge, Peter (2017): Die fünfte Disziplin, 5. A. (insbesondere zu Personal Mastery).

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

Kriz, W./Nöbauer, B.: Teamkompetenz. Saul, Siegnar: Führen durch Kommunikation Weinheim 1995.
Harrison Owen: The Spirit of Leadership.

Aktuelle Literatur zu Führungsherausforderungen wird jeweils pro Semester ergänzt.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Modul: Methodische Zukunftskompetenzen

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

FUSION, SANIERUNG UND DEVELOPMENT

Mergers, Reorganisation and Business Development

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0148 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0148
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

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“).

Lehr-Lerninhalte

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

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
15	betreute Kleingruppen	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
25	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
52	Hausaufgaben		-
28	Literaturstudium		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einem Referat sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Das Referat und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Referat im Rahmend der Portfolio-Prüfungsleistung: ca. 20 - 40 Minuten mit einer schriftlichen Ausarbeitung von ca. 5 - 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation, Leadership und Innovation

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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.

Literatur

Hamel, G. : Leading the Revolution, Boston.

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

Schmidt-Gothan, H./Rasche, C. : 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.: 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. : 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 : Venture Capital, München, New York.

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

Wurster, M.E. : Mehrdimensionales Restrukturierungsmanagement, Wiesbaden.

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

Rasche, C. : 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. : Überlegene Geschäftsmodelle – Wertegenese und Wertabschöpfung in turbulenten Umwelten, Wiesbaden

Jeweils in aktueller Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul steht in Beziehung mit den beiden vorangehenden Modulen der Vertiefung Change Management: Geschäftsmodellanalyse und Transformation und Leadership und Innovation

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Kruth, Bernd-Joachim

Lehrende

- Kruth, Bernd-Joachim

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

GESCHÄFTSMODELLANALYSE UND TRANSFORMATION

Business Model Analysis and Transformation

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1094 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1094
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Veränderungsprozesse sind nicht mehr besondere Phänomene, sondern sie gehören zum Tagesgeschäft von Unternehmen. Das Modul vermittelt vorrangig die Analyse sowie Entwicklung von Geschäftsmodellen sowie das professionelle Management der Transformation. Das System Unternehmung steht mit seiner Komplexität im Vordergrund der Veranstaltung.

Lehr-Lerninhalte

- Notwendigkeit und Ziele von Change Management
- Strategie- und Geschäftsmodell-Veränderungen
- Verständnis und Analyse moderner Geschäftsmodelle und Start-up-Geschäftsideen (u.a. Business Canvas, digitale Plattformen u. Ökosysteme)
- Modelle und theoretischer Hintergrund des Veränderungsmanagements
- Die Rolle des HRM und der Führungskräfte bei der Implementation
- Kommunikations- und Partizipationstools im Change Prozess: Umgang mit Widerstand und Frust.
- Internationale und Interkulturelle Aspekte im Change Management

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
25	Vorlesung	Präsenz	-
11	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
9	Übung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
33	Literaturstudium		-
20	Arbeit in Kleingruppen		-
24	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
28	Sonstiges		Fallstudienbearbeitung

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung (100 Punkte) umfasst eine Hausarbeit (50 Punkte) sowie eine abschließende Klausur (K1), die mit 50 Punkten gewichtet wird.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Die Hausarbeit umfasst ca. 15 Seiten (bzw. das Äquivalent in Wörtern)

In der Portfolioprüfung umfasst die Hausarbeit ca. 8 Seiten (bzw. das Äquivalent in Wörtern).

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor-Vorkenntnisse: Gute Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaft (u.a. Managementkonzepte und -tools, Verständnis der wesentlichen Funktionen in der BWL, Grundkenntnisse Strategie), Grundlagen des Personalmanagements,

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

Die Studierenden erlangen vertieftes Wissen zur Geschäftsmodell-Analyse, Change Management 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).

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls sind in der Lage, typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen zu verstehen und zu analysieren. Sie können Ursachen komplexer Herausforderungen systematisieren und diese kritisch reflektieren sowie interpretieren.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden erweitern ihre methodischen und analytischen Kompetenzen durch die Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien. Typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen können sachgerecht analysieren und Neben- und Folgewirkungen alternativer Handlungsmöglichkeiten berücksichtigen. Sie sind bei der Planung von Veränderungsprozessen in der Lage, strategische Überlegungen, Interessen verschiedener Stakeholder sowie Werte gleichermaßen zu berücksichtigen, um zu nachhaltigen Ergebnissen für die Zukunft zu kommen.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventen dieses Moduls können wissenschaftliche Erkenntnisse für Change Projekte anwenden, um Veränderungsprozesse professionell zu gestalten. Sie sind in der Lage, Vorgehensweisen zu evaluieren und angemessen anzupassen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden sind in der Lage, anhand von Fallstudien im Change Management komplexe Herausforderungen zu verstehen, im Team kooperativ alternative Lösungen zu durchdenken, Vor- und Nachteile verschiedener Interessengruppen abzuwägen und Empfehlungen vorzuschlagen.

Die Studierenden erkennen, welche Change-Themen zu Widerständen führen, verstehen die Bedeutung von mentalen Modellen und können diese in der Kommunikation berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventen dieses Moduls können Vorgehensweisen im Change kritisch hinterfragen und professionell beurteilen. Sie reflektieren ihr eigenes berufliches Handeln und ihre Erfahrungen kritisch mit Blick auf die Auswirkungen von Entscheidungen und können ihre Entscheidungsfreiheiten erkennen und angemessen nutzen.

Literatur

Allen, J. & Zook, Chr. (2022): When your business needs a second growth Engine. HBR, May-June 2022, p. 76-85 .

Burnes, B. (2009): Managing Change.

Dittrich-Brauner, K.; Dittmann, E.; List, V. & Windisch, C. (2013): Interaktive Großgruppen. Change-Prozesse in Organisationen gestalten. 2. Aufl., Springer

Gassmann & Ferrandina, 2021: Die Win-Win-Win-Formel, in HBM, 06/21

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. (2018): What Really Matters to Change Recipients – Dimensions of Supervisors' Change Communication. Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation (13) 3 & 4, S. 81-88.

Oreg, Bartunek, Lee & Do, 2018: An affect based Model of Recipients' Responses to Organizational Change Events, Academy of Management Review, 43/1, S. 65-86.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Campus.

Schallmo, D.R.A. (2018): Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren. SpringerGabler, 2. A.

Sowie weitere aktuelle Artikel

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Der Zusammenhang mit anderen Modulen kann hier nicht explizit zu einem Studiengang zugeordnet werden, da es sich um einen Schwerpunkt handelt, der von mehreren Studiengängen wählbar ist.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

INDUSTRIAL AND ORGANISATIONAL TRANSFORMATION

Industrial and Organisational Transformation

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1096 (Version 2) of 26.02.2025. Approval status: approved

Module identifier	22M1096
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winter term
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief 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 transformation of different industries and challenges of VUCA times for strategic decisions.

Teaching and learning outcomes

The following topics are dealt with in case studies:

- Disruptive innovation and (digital) business models (e.g. Digital Sharks)
- Transformation of different industries & success factors of growth
- Sustainability and corporate resilience in times of VUCA
- International aspects of organizational transformation
- Values and ethical questions for decision taking
- Power and politics in transformation processes
- Organizational culture
- Change in times of crises
- Strategic alliances and networks.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
28	Seminar	Presence	-
6	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-
11	Practice	Presence	-

Lecturer independent learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Work in small groups		-
24	Study of literature		-
30	Presentation preparation		-
21	Preparation/follow-up for course work		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Homework / Assignment or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam PFP covers 100 points and consists of one written case study (FSS) and one report (R). Each element is weighted by 50 points.

Exam duration and scope

Written examination: see applicable study regulations

Written assignment: approx. 12-15 pages

Portfolio exam:

- Written case study approx. 10-12 pages
- Report: Presentation of approx. 20-30 minutes with a written report of approx. 5-10 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Knowledge of International Business, Strategic Management, Operations Management, Management concepts and Innovation.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

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

Knowledge deepening

Students get a deeper understanding of planned and emergent transformational change in VUCA times. They understand complex challenges in different industries and reflect different strategic approaches and conflicting goals. They are able to differentiate the sources of organizational culture and the influence of national culture in business transformation.

Knowledge Understanding

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

Application and Transfer

After completing this course, students should be able to:

- use their business knowledge to analyse typical and actual challenges in a certain industry and company.
- identify and analyze relevant environmental trends and determine the appropriate information needed.
- formulate and coordinate strategies to solve business problems.
- to provide fact-based recommendations to business entities to seize strategic opportunities.

Academic Innovation

After completing this course, students should be able to:

- Determine the methodologies needed to obtain the required information for a chosen industry from both primary and secondary resources.
- Implement the appropriate methodologies in a research project and
- critically reflect and interpret own results.

Communication and Cooperation

After completing this course, students should be able to:

- orally present own research results in a well-organized, professional presentation
- formulate and communicate strategic, fact-based recommendations to solve business problems.

Academic Self-Conception / Professionalism

After completing this course, students should be able to:

- do adequate research for business challenges and to use information
- reflect the impact of strategic decisions for an enterprise, its employees & society and
- give reasons for recommendations and own preferences in situations with alternative choices.

Literature

Adner, R. & Kapoor, R. (2015): It's not Tech, It's Timing. HBR Nov. 2015

Bertolini, M.; Duncan, D. & Waldeck, A. (2015): Knowing when to reinvent. In HBR Dec. 2015, 90-101.

Bohnsack, R.; Cuilli, F. & Kolk, A. (2021) The role of business models in firm internationalization: An exploration of European electricity firms in the context of the energy transition. In: Journal of International Business Studies 52, 824-852.

Downes, L. & Nunes, P. (2018) Find your Company's Second Act. In HBR Jan.- Feb. 2018, 98 – 107

Helpap, S.; Schinnenburg, H. (2018): What Really Matters to Change Recipients – Dimensions of Supervisors' Change Communication. Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation (13) 3&4, S. 81-88. DOI: 10.1177/2319510X18776400

Mankins, M. & Gottfredson M. (2022): Strategy Making in Turbulent Times. A dynamic new model. HBR, September-October 2022, 61-69

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

And Strategic Business Cases (e.g. Netflix)

Applicability of the module

Linkage to other modules

This course belongs to the major "Innovation and Transformation". It builds up on the first two courses "Operations Management" and "Lean Start Up and Innovation" as well as on the general modules "Ethics, Corporate Responsibility and Corporate Governance" or "Business Ethics" are expected.

Applicability in study programs

- Controlling and Finance
 - Controlling and Finance M.Sc. (01.09.2026)
- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Schinnenburg, Heike

Teachers

- Schinnenburg, Heike

[Back to Table of contents](#)

KONZEPTENTWICKLUNG UND FALLSTUDIEN ZUM PERSONALMANAGEMENT

Concept Development and Case Studies concerning Human Resource Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0300 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0300
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

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. Tragfähige Konzepte werden hierzu entwickelt. Zielsetzung ist es dabei, dass die Teilnehmer die Tragweite von Entscheidungen und die Interdependenzen erkennen und dennoch handlungsfähig bleiben.

Lehr-Lerninhalte

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.

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentenengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
15	Vorlesung	Präsenz	-
5	Übung	Präsenz oder Online	-
10	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-
15	Seminar	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
20	Literaturstudium		-
20	Arbeit in Kleingruppen		-
10	Prüfungsvorbereitung		-
15	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
5	Peer-Feedback		-
5	Selbsteinschätzung		-

Weitere Erläuterungen

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 medialen Fallstudienmoderationen ab.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit oder
- Fallstudie (schriftlich)

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte. Diese setzen sich zusammen aus einer medialen Arbeitsprobe und einer schriftlichen Fallstudie (APM: 30 Punkte; FSS: 70 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Portfolio-Prüfungsleistung: mediale Arbeitsprobe: Moderation einer Fallstudiendiskussion mit Einsatz von Medien ca. 30 - 45 min; Fallstudie (schriftlich): ca. 10 - 12 Seiten

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Fallstudie (schriftlich): ca. 13 - 15 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung präzisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

- Ein breites Grundlagenwissen im Personalmanagement und Arbeitsrecht
- Die beiden vorherigen Module des Schwerpunkts Personalmanagement: Aktuelle Ambiguitäten der Arbeitswelt, Personalentwicklung und Bildungsmanagement

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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 und zur Entwicklung passender Konzepte.

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

Wissensverständnis

Die Studierenden können in den Feldern des Personalmanagements Entscheidungsalternativen und unterschiedliche Konzeptionen hinsichtlich ihrer methodischen Seriosität und wissenschaftlichen Fundierung anhand relevanter Kriterien beurteilen.

Nutzung und Transfer

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

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.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden können Ansätze aus dem Personalmanagement, der Praxis und der Forschung mit Fallstudien anwenden, um neue Konzepte des HRM zu entwerfen.

Kommunikation und Kooperation

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.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, erkennen situations-adäquat und situations-übergreifend Kontextbedingungen ihres beruflichen Handelns und reflektieren Entscheidungen verantwortungsethisch. Sie entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns des Personalmanagements sowohl in der Wissenschaft als auch den Berufsfeldern außerhalb der Wissenschaft ausrichtet.

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.: Learning with cases. London, Ontario.

in den jeweils aktuellen Auflagen

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

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul baut auf den beiden vorherigen Modulen des Schwerpunkts Personalmanagement auf. Anhand von Fallstudien und Konzeptentwicklungen können die bisher erworbenen Kompetenzen vertieft und praxisorientiert angewendet werden.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Böhmer, Nicole

Lehrende

- Böhmer, Nicole

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ, ETHIK UND DATENSCHUTZ

Artificial Intelligence, Ethics and Data Protection

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1053 (Version 1) vom 28.05.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1053
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Die fortschreitende Digitalisierung ist nicht nur ein technischer, sondern auch ein gesellschaftlicher Transformationsprozess. Diesen rechtlich, ethisch und in seinen sozialen Auswirkungen zu begleiten, ist eine erhebliche Herausforderung für die Rechtswissenschaft. Studierende sollen im Masterstudienprogramm im Schwerpunkt "Recht der Digitalisierung (LL.M.)" die notwendige solide Grundlage erhalten, um diesen Prozess künftig in Wirtschaft und Verwaltung mitzugestalten. Das Modul "Künstliche Intelligenz, Ethik und Datenschutz" ist das zweite der beiden Schwerpunktmodule.

Lehr-Lerninhalte

KI-Einführung / technische Grundlagen / Grundbegriffe / Herausforderungen / Rechtsrahmen
 KI und Verbraucherschutz / KI und Datenschutz / KI und Mobilität / KI und Smart Kome / KI und Arbeitsrecht /
 KI und Schutzrechte / KI und Haftungsfragen / Legal Tech und Metaverse / KI und Ethik / Umgang mit Risiken im Recht

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
105	Literaturstudium		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Präsentation

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Prüfungsart wird vom jeweiligen Lehrenden festgelegt.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 15 Seiten

Präsentation: ca. 20-40 Minuten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor Wirtschaftsrecht bzw. vergleichbare juristische Vorbildung.

Das Modul "Künstliche Intelligenz, Ethik und Datenschutz" ist das zweite der beiden Schwerpunktmodule im Recht der Digitalisierung. Das Modul "Vom autonomen Fahren zum Cloud Computing - Aktuelle Rechtsfragen der Digitalisierung" ist keine zwingende Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme an dem Modul, ist aber zu empfehlen.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über gute Grundlagenkenntnisse im Bereich des Rechts der Digitalisierung. Sie kennen die einschlägigen Gesetze und deren Anwendungsbereiche und sind in der Lage, typische Rechtsfragen in diesem Bereich im Unternehmen eigenständig zu bearbeiten und unter Berücksichtigung der Unternehmensinteressen einer adäquaten Lösung zuzuführen.

Wissensvertiefung

Studierende kennen die wesentlichen Grundzüge des Rechts der Digitalisierung. Sie kennen in Einzelfragen den Stand der aktuellen Diskussion und deren Argumente und können sich unter Berücksichtigung der juristischen Methodenlehre eine juristisch fundierte eigene Meinung dazu bilden.

Wissensverständnis

Studierende können die Sinnhaftigkeit rechtlicher Regeln vor dem Hintergrund der diesen zugewiesenen sozialen Aufgabe kritisch hinterfragen. Sie können auf dieser Grundlage auf Masterniveau juristisch zulässige Erweiterungen und Beschränkungen bestehender Regeln entwickeln, aber auch die Grenzen solchen Vorgehens aufzeigen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können das erworbene Theoriewissen auf praktische Fälle anwenden. Sie erkennen in gegebenen Situationen, welche rechtlichen Fragen sich stellen und können diese auf Grundlage des erworbenen Theoriewissens und unter Anwendung der erlernten Methoden einer fundierten Lösung zuführen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden sind in der Lage, die hinter den gesetzlichen Regelungen steckenden Wertungen zu erkennen und zu benennen. Sie können diese Überlegung für die Lösung von Fällen jenseits des Anwendungsbereichs der betreffenden Regelungen fruchtbar machen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden sind in der Lage, sich untereinander über rechtliche Fragen auszutauschen. Sie bedienen sich dabei der anerkannten Terminologie und helfen sich gegenseitig, Kommunikationsprobleme (beispielsweise durch die Verwendung unzutreffender Begriffe) zu beseitigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können ihre Arbeitsergebnisse mündlich und schriftlich auf Masterniveau in klar strukturierter Form präsentieren. Die Studierenden reflektieren ihren Lernprozess und Erkenntnisstand. Sie erkennen, welche rechtlichen Probleme sie selbständig erkennen und lösen können. Sie erkennen auch, wo dabei ihre Grenzen liegen und deshalb zunächst weiterer Erwerb von Wissen und/oder Fertigkeiten erforderlich ist.

Literatur

Neben der umfangreichen Aufsatzliteratur nachfolgende Bücher in jeweils in aktueller Auflage:

Kaulartz / Braegelmann, Rechtshandbuch Artificial Intelligence und Machine Learning

Ebers / Heinze /Krügel /Steinrötter, Künstliche Intelligenz und Robotik

Ment / Borchert, Künstliche Intelligenz und Algorithmen in der Rechtsanwendung

Däubler, Künstliche Intelligenz und Arbeitsrecht

Hoeren / Pinelli, Künstliche Intelligenz - Ethik und Recht

Lessig, L.: Code is Law

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul KI, Ethik und Datenschutz bildet zusammen mit dem Modul "Vom autonomen Fahren zum Cloud Computing - aktuelle Rechtsfragen der Digitalisierung" den Schwerpunkt "Recht der Digitalisierung".

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Wirtschaftsrecht (Master)
 - Wirtschaftsrecht, LL.M. (01.03.2025)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Lüdemann, Volker

Lehrende

- Lüdemann, Volker

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

LEADERSHIP UND INNOVATION

Leadership and Innovation

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0108 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0108
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Die Innovationsfähigkeit der Unternehmen ist von ausschlaggebender Bedeutung für ihren Wettbewerbserfolg wie auch für die Sicherheit von Arbeitsplätzen. Es wird daher zur unternehmerischen Notwendigkeit, ein aktives Innovationsmanagement zu betreiben. Das Modul "Leadership und Innovation" stellt systematisch und praxisorientiert die zentralen Erfolgsstrategien und Instrumente des betrieblichen Innovationsmanagements vor.

Lehr-Lerninhalte

1. Disruptive Innovationen
2. Schlüsseltreiber für erfolgreiches Innovationsmanagement
3. Grundlagen des Innovationsmanagements
4. Definition Innovation und Zielgrößen
5. Innovationsprozesse
6. Ideengenerierung
7. Open Innovation und Crowdsourcing
8. Design Thinking
9. Bedeutung und Notwendigkeit von Geschäftsmodellinnovationen
10. Kennzeichen und Implementation agiler Organisationsformen
11. Agile Methoden im Innovationsmanagement
 1. Vor- und Nachteile agiler Projektmethoden
 2. Scrum-Projektmanagement
12. Leadership – Führung in agilen Organisationen
 1. Einfluss von Führung auf eine innovationsfördernde Unternehmenskultur
 2. Der Einfluss von Machtausübung auf Innovationen

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
27	Arbeit in Kleingruppen		-
55	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
13	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
10	Rezeption sonstiger Medien bzw. Quellen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (70 Punkte) und einem Referat (30 Punkte).

Die schriftlichen Prüfungsformen soll Gelegenheit zu Lösungsangeboten im Kontakt mit einer konkreten Fall-Situation geben. Die Hausarbeit gibt Gelegenheit zu genauer Recherche vorhandener Bedingungen und Testung von Lösungsalternativen mit Berechnung mutmaßlicher Auswirkungen sowie deren Präsentation.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Die Dauer der Klausur kann der jeweils gültigen Studienordnung entnommen werden.

Die Dauer des Referats im Rahmen der Portfolio-Prüfung beträgt ca. 20-30 Minuten mit einer schriftlichen Ausarbeitung von ca. 8-25 Seiten.

Der Umfang der Hausarbeit beträgt ca. 8-25 Seiten, die dazugehörige mündliche Erörterung ca. 20-30 Minuten.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen konkreten Veranstaltung präzisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfolgreiche Teilnahme am Modul "Strategien und Implementation".

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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.

Wissensverständnis

Die Studierenden können

- die Innovationsfähigkeit von Unternehmen anhand von hierfür notwendigen Erfolgsfaktoren kategorisieren und sind in der Lage, verschiedene Methoden zur Ideengenerierung anzuwenden;
- 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 in einem festgelegten Rahmen Konzepte für die Einführung bzw. Optimierung eines betrieblichen Innovationsmanagements entwickeln und an Beispielen Maßnahmen zur Umsetzung vorbereiten.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können

- wirtschaftswissenschaftliche Techniken sicher und gezielt in schriftlichen Hausarbeiten anwenden,
- die Ergebnisse klar und eindeutig aufbereiten und kommunizieren,
- selbständig die Themen und Spannungsfelder im Rahmen des betrieblichen Innovationsmanagements herleiten und mit Hilfe von wissenschaftlichen Methoden erarbeiten.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden leiten Forschungsfragen ab und definieren diese. Zudem wählen sie passende Forschungsmethoden aus, wenden diese an und legen die Forschungsergebnisse erläuternd da.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden formulieren innerhalb im Hinblick auf das betriebliche Innovationsmanagement fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Kommiliton*innen und Lehrenden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen; kommunizieren und kooperieren mit Kommiliton*innen und Lehrende, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen; reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert;
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen;
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung;
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

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

In der jeweils aktuellen Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul ist Teil des Schwerpunktes "Change Management". Es knüpft inhaltlich an das erste Schwerpunktmodul "Geschäftsmodellanalyse und Transformation" an und weist Bezüge zu den Modulen "Fusion, Sanierung und Development" sowie "Industrial Organisational Transformation" auf.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Steinert, Carsten

Lehrende

- Steinert, Carsten

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

LEAN START UP AND INNOVATION

Lean Start Up and Innovation

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1099 (Version 2) of 26.02.2025. Approval status: approved

Module identifier	22M1099
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summer term
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief 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.

Teaching and learning outcomes

1. Innovation Management
2. Success Factors for Innovations
3. Science based approaches to generate Innovation Developments
4. Creating and identifying Innovations
5. Concept and Product Developments Entrepreneurship: Implementation of Innovations
6. Lean Start up Method
7. Business Canvas
8. Business Cases

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
40	Seminar	Presence	-
5	Other	Presence	-

Lecturer independent learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
55	Preparation/follow-up for course work		-
50	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Written examination or
- Homework / Assignment

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of two presentations (PR) and a one-hour written examination (K1). The presentations are weighted by 25 points each and the K1 is weighted by 50 points.

Exam duration and scope

Written paper: approx. 12-15 pages

Written examination: in accordance with the valid study regulations.

Presentations of the portfolio exam: approx. 10-20 minutes each

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

A sound understanding of business management principles is very helpful.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

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.

Knowledge deepening

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

Knowledge Understanding

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

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.

Application and Transfer

Through working on own innovative projects, students learn to apply theoretical tools and generate new own strategies to design innovative and/or entrepreneurial projects.

Academic Innovation

Students discover the relevance and dynamic development of innovation management and entrepreneurship. They learn to see the open questions, to identify the new questions which come up because of the changing economic, political and social framework.

Communication and Cooperation

Students are able to discuss their ideas in groups. They reflect within their group the opportunities and risks and learn to weigh arguments

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

Literature

The Lean Start UP by Eric Ries, 2011.

Business Model Generation, Osterwalder / Pigneur, 2010.

Applicability of the module

Linkage to other modules

Innovation is an important concept, virtually in all other modules students will study. The module is therefore aiming at opening the minds of students to apply innovation techniques on a regular basis.

The same applies to entrepreneurship.

Applicability in study programs

- Controlling and Finance
 - Controlling and Finance M.Sc. (01.09.2026)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Arnsfeld, Torsten

Teachers

- Arnsfeld, Torsten

[Back to Table of contents](#)

MARKENFÜHRUNG UND KOMMUNIKATION

Brand Introduction and Communication

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0658 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0658
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

In nahezu allen Lebensbereichen spielen Marken eine Rolle. Für Unternehmen unterschiedlicher Branchen stellt sich die Frage, welche Art Marken sie wie in ihrem Portfolio führen, wobei durchaus komplexe Markenarchitekturen vorkommen. Auch kleinere oder jüngere Unternehmen profitieren von Marken, da Marken Identifikationsmöglichkeiten bieten, das Kaufverhalten prägen und Werte darstellen. Erforderlich ist eine in sich stimmige, längerfristig ausgerichtete und glaubwürdige Markenführung, die sich unter anderem der vielfältigen Möglichkeiten der Kommunikation bedient, um beabsichtigte Inhalte zu transportieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es unterschiedliche Zielgruppen/Stakeholder gibt, Markenführung auch eine gesellschaftliche Relevanz hat und sich Rahmenbedingungen ändern (Wettbewerbsumfeld/Branche und Makroumfeld).

Lehr-Lerninhalte

- Identitätsorientierte Markenführung
- Markenstrategien, Markenerweiterungen, Markenarchitekturen
- Messansätze Markenstärke, Markenwert
- Instrumentarium der Kommunikation (online, offline, persönlich, unpersönlich) nach Anspruchsgruppen
- Fallstudien

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
15	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
40	Arbeit in Kleingruppen		-
35	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung)

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einer Hausarbeit sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Die Hausarbeit und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Referat: ca. 20 bis 40 Minuten, dazugehörige Ausarbeitung: ca. 5 bis 10 Seiten

Hausarbeit (im Rahmen der Portfolioprüfung): ca. 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse in Marketing und Grundkenntnisse in empirischer Sozialforschung

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende können für einen bestimmten Kontext relevante Grundlagen der Markenführung benennen und Kommunikationsmaßnahmen entsprechend identifizieren. In einem durch Dynamik, Komplexität und Unsicherheit gekennzeichneten Umfeld können sie einordnen, welche Bedeutung eine glaubwürdige Markenführung hat.

Wissensvertiefung

Studierende können zu aktuellen Fragestellungen oder sich verändernden Rahmenbedingungen Inhalte der Markenführung zielorientiert diskutieren und notwendige Änderungen auch in der Kommunikation erläutern.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen können fallbezogen Ausgangssituationen analysieren und einschätzen, welche Handlungsalternativen bei grundsätzlichen Aspekten der Markenführung inkl. Kommunikation denkbar sind.

Nutzung und Transfer

Studierende lernen, Fragestellungen in der Markenführung und Kommunikation anwendungsorientiert zu bearbeiten. Sie können weiterführende und neue Kenntnisse in einen Handlungsrahmen integrieren.

Wissenschaftliche Innovation

Studierende erläutern Ergebnisse der empirischen Forschung und können auch weiterführende Forschungsfragen zur Markenführung inkl. Kommunikation entwerfen, wobei Wege der Operationalisierung und Auswahl der Forschungs-/Erhebungsmethoden in bestimmten Testdesigns quantitativer oder qualitativer Art zu bewerten sind.

Kommunikation und Kooperation

Studierende können in interdisziplinären Kontexten und Entscheidungssituationen Sachverhalte zur Markenführung inklusive Kommunikation kritisch reflektiert präsentieren und diskutieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Studierende erkennen eigenständig und situationsadäquat Gestaltungs- und Entscheidungsräume in dem Wissen, dass Markenführung inkl. Kommunikation sich mit den Erwartungshaltungen unterschiedlicher Stakeholder beschäftigt und damit auch eine gesellschaftliche Relevanz hat.

Literatur

Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M.; Piehler, R. (2018): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden (ggf. neuere Auflage)

Esch, F-R. (2018): Strategie und Technik der Markenführung, München (ggf. neuere Auflage)

Kreutzer, R. T. (2021): Social-Media-Marketing kompakt, Wiesbaden (ggf. neuere Auflagen)

Aktuelle Artikel aus wissenschaftlichen Marketing- und Managementzeitschriften

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul hat Bezüge zu den Modulen "Product and Innovation Management" und "Vertriebs- und Kooperationsmanagement"

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Eggers, Sabine

Lehrende

- Eggers, Sabine

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

MASTERMODUL

Master Module

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1095 (Version 4) vom 29.07.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1095
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch, Englisch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	30.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Winter- und Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Besonderheiten des Moduls

Das Mastermodul besteht aus den beiden Teilen Studienabschlussarbeit (= "Masterarbeit") und dem Kolloquium. Es schließt mit einer Prüfungsleistung ab.

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Das Mastermodul bildet den Abschluss des Studiums der/des Studierenden. Es integriert die fachlichen und überfachlichen Lernergebnisse der Module des Studiengangs. Durch die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Themenbereich und der stringenten Bearbeitung der Forschungsfragen können die Studierenden ihre wissenschaftlichen und praxisbezogenen Kompetenzen exemplarisch belegen. In Umfang und Durchführung unterscheidet sich dieses Modul von allen anderen seines Studiengangs.

Lehr-Lerninhalte

Im Rahmen des Mastermoduls bearbeiten die Studierenden selbstständig einen praxisrelevanten Themenbereich auf der Basis einschlägiger theoretischer Erkenntnisse und je nach Thema auch eigener empirischer Forschung mit Hilfe adäquater Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens.

Das Mastermodul beinhaltet die Themenfindung und -abstimmung, die Erarbeitung des Forschungsdesigns in Absprache mit der/dem zuständigen Betreuer/in, die eigenständige Verfassung der Studienabschlussarbeit (= "Masterarbeit") sowie das Kolloquium. Die Masterarbeit hat gemäß Besonderem Teil der Prüfungsordnung für den jeweiligen Studiengang eine Dauer von vier Monaten, die Themenfindung und -abstimmung sowie die Vorbereitung auf das Kolloquium umfassen jeweils einen weiteren Monat.

Viele Masterarbeiten werden in Zusammenarbeit mit einer Organisation erstellt. Die Themenabstimmung inklusive des Forschungsdesigns (Zurverfügungstellung von Daten, Abstimmung interner Prozesse zum Datenschutz, etc.) erfordert daher ein umfangreiches Verständnis der Besonderheiten des Praxispartners. Dazu wird häufig ein Praktikum vorangeschaltet. Eine Verständigung erfolgt zeitgleich auch zwischen betreuender bzw. betreuendem Professor/in und dem Unternehmen.

Mit der Masterarbeit weist die oder der Studierende gemäß Allgemeinem Teil der Prüfungsordnung nach, dass sie oder er in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein relevantes Problem aus der Fachrichtung des jeweiligen Studiengangs selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu bearbeiten.

Nach Abgabe der Masterarbeit bereiten sich die Studierenden auf ihr Kolloquium vor. Es soll gemäß Allgemeinem Teil der Prüfungsordnung innerhalb von sechs Wochen nach Abgabe der Abschlussarbeit erfolgen. Im Rahmen des Kolloquiums weist die oder der Studierende gemäß Allgemeinem Teil der Prüfungsordnung auf der Grundlage einer Auseinandersetzung über die Studienabschlussarbeit die Fähigkeit nach, fächerübergreifend und problembezogen Fragestellungen aus dem Bereich der Fachrichtung selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu behandeln. Im Kolloquium weisen die Absolventen und Absolventinnen nach, dass sie Prioritäten in der Abschlussarbeit gut begründet getroffen haben, über ein Verständnis der wissenschaftlichen Methoden und Ergebnisse verfügen sowie die eigenen Schlussfolgerungen in komplexe Zusammenhänge einordnen können. Je nach thematischer Eignung und Absprache mit Erstprüferin bzw. -prüfer kann auch eine kurze Ergebnispräsentation gefordert werden, bevor Vorgehensweise sowie Ergebnisse der Masterarbeit auch mit Bezug zu angrenzenden Themenbereichen sowie komplexen Ursache-Wirkungsbeziehungen diskutiert werden.

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 900 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
10	individuelle Betreuung	Präsenz oder Online	-
10	Sonstiges	Präsenz oder Online	Individuelles Coaching

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
880	Erstellung von Prüfungsleistungen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Studienabschlussarbeit und Kolloquium

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Masterarbeit: ca. 60-80 Seiten

Kolloquium: Siehe Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung

Die konkreten Rahmenbedingungen und Anforderungen werden zwischen Erst-/Zweitprüfenden und Studierenden abgestimmt.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Adäquate Fachkenntnisse zum Untersuchungsgegenstand; Wissen zum Erstellen einer selbstständigen wissenschaftlichen Arbeit auf Masterniveau (überfachliche Fähigkeiten und Fertigkeiten)

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

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

- können den praxisrelevanten betrieblichen und Management-Untersuchungsgegenstand definieren und in einen Kontext stellen.
- können angemessene Quellen recherchieren, identifizieren und erschließen sowie deren Qualität kritisch abwägen.

Wissensvertiefung

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

- können kritisch gegenwärtig verfügbare Erkenntnisse aus Forschung und Lehre evaluieren.
- können ethische Implikationen identifizieren.
- können einen wissenschaftlichen Forschungsansatz entwerfen, um den Themenbereich zu bearbeiten.
- verstehen Ursache-Wirkungs-Beziehungen und können mit Widersprüchen umgehen.

Wissensverständnis

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

- können ein Forschungsdesign für eine Forschungsfrage in ihrem Themenbereich erstellen.
- können Ergebnisse relevanter Studien differenziert bewerten und für ihre Arbeit nutzbar machen.
- können die Abschlussarbeit selbstständig planen und fertigstellen.
- können Originalität und Kreativität in der Anwendung von Wissen und der Lösung von Problemen belegen.

Nutzung und Transfer

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

- können für relevante Problemstellungen der Praxis auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse konzeptionelle Handlungsvorschläge entwickeln.
- können mit quantitativen und/oder qualitativen Methoden Primärdaten für die Masterarbeit und das Kolloquium erheben, diese analysieren und für die Lösung von anwendungsbezogenen Problemen nutzen.

Wissenschaftliche Innovation

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

- entwerfen Forschungsfragen, denen sie im Rahmen der Studienabschlussarbeit und ergänzend im Kolloquium nachgehen.
- schlagen konkrete Wege der Operationalisierung ihrer Forschungsergebnisse vor und begründen ihre Auswahl.
- wählen mit Blick auf ihren Forschungsgegenstand adäquate Forschungsmethoden aus und können ihre Auswahl begründen.
- erläutern ihre Forschungsergebnisse und beziehen dabei auch kritische Aspekte mitein.

Kommunikation und Kooperation

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

- können die gewonnenen Daten analysieren und mit angemessenen Techniken schriftlich in der Abschlussarbeit sowie mündlich im Kolloquium präsentieren.
- können kohärent und überzeugend argumentieren und dabei einschlägige, aktuelle, qualitativ hochwertige Quellen zitieren.
- können sich im Forschungsfeld ihrer Arbeit kompetent und überzeugend austauschen
- können auch kontroverse Ansichten und Limitationen ihrer Masterarbeit kritisch reflektieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

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

- schätzen die eigenen Fähigkeiten ein, nutzen sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten autonom und entwickeln diese unter Anleitung weiter.
- erkennen situationsadäquat und situationsübergreifend Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und reflektieren Entscheidungen verantwortungsethisch.
- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns sowohl in der Wissenschaft als auch im Berufsleben außerhalb der Wissenschaft orientiert.

Literatur

Jankowicz, A.D.: Business Research Projects, International Thomson Business Press in aktueller Auflage sowie darüber hinaus themenspezifische Literatur mit Blick auf das Thema der Masterarbeit

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Masterarbeit befasst sich mit einem individuell gewählten Thema aus dem Studium.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Soziale Arbeit: Teilhabe zukunftsorientiert gestalten
 - Soziale Arbeit: Teilhabe zukunftsorientiert gestalten M.A. (01.09.2026)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- Wirtschaftsrecht (Master)
 - Wirtschaftsrecht, LL.M. (01.03.2025)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

METHODISCHE ZUKUNFTSKOMPETENZEN

Methodical Future Competences

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1087 (Version 3) vom 17.06.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1087
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Im Modul werden Methoden anwendungsorientierter Forschung als Grundlage zur systematischen Problemlösung vermittelt. Im Fokus steht hier ein hoher Anwendungsbezug mit Blick auf relevante Zukunftskompetenzen. Ziele des Moduls sind

- (1), eine persönliche Reflexion eigener Stärken und Ziele vorzunehmen und auf dieser Basis eine eigene, selbstbestimmte Entwicklungsplanung mit Blick auf den Arbeitsmarkt vorzunehmen,
- (2) die eigenen Ziele und Entwicklungswünsche als Ausgangsbasis zu erkennen, um die anstehende Masterarbeit thematisch und methodisch zu planen sowie
- (3) Forschungsdesign und qualitative Forschungsansätze zu vertiefen, um analytisch-methodische Kompetenz auszubauen und aktuelle, betriebswirtschaftlich relevante Probleme zu lösen (z.B. Fokusgruppen, Personas-Entwicklung). Dieses Modul soll zudem innovative Methoden der Praxis integrieren, um die Studierenden bestmöglich auf die aktive Begleitung und Steuerung von Transformationsprozessen vorzubereiten. Mit der Entwicklung eines Forschungsdesigns wird die Ideenentwicklung für innovative Masterarbeiten (ggf. mit Publikationspotenzial) unterstützt.

Lehr-Lerninhalte

1. Zukunftskompetenzen: Persönliche Stärken, Ziele und Planung der eigenen Entwicklung
2. Ausgewählte, innovative qualitative Methoden sowie Mixed Methods für angewandte Forschung (Aufbau auf das Modul "Forschungskompetenz")
3. Agile Methoden aus der Praxis, z.B. Design Thinking, Hackerthon
4. Reflexion eigener Karriereziele & Verknüpfung mit einer dazu passenden Idee für die MAA
5. Entwicklung einer Fragestellung sowie Aufbau und Entwicklung eines Forschungsdesigns (Vorbereitung auf die Masterarbeit)

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
18	Seminar	Präsenz	-
10	Forschungsprojekt	Präsenz	-
10	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
7	individuelle Betreuung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
40	Literaturstudium		-
27	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
30	Arbeit in Kleingruppen		-
8	Peer-Feedback		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Unbenotete Prüfungsleistung

- regelmäßige Teilnahme und Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung) oder
- regelmäßige Teilnahme und Arbeitsprobe (medial)

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Prüfungsformen sind als Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung) + regelmäßige Teilnahme bzw. als Arbeitsprobe +regelmäßige Teilnahme zu verstehen.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Das Referat umfasst ca. 20 Minuten mündlich (z.B. zu einem eigenen Forschungsdesign) auf der Basis einer vorbereiteten, schriftlichen Ausarbeitung von 7-10 Seiten.

Die mediale Arbeitsprobe ist im Umfang vom Medium abhängig; die Präsentation beträgt ca. 20 Minuten.

Regelmäßige Teilnahme: siehe Allgemeiner Teil der Prüfungsordnung

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfolgreiche Teilnahme im Modul "Forschungskompetenz" (1. Sem.).

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls können aktuelle Forschungsmethoden veranschaulichen und für unterschiedliche Anwendungen einordnen.

Wissensvertiefung

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- verstehen ausgewählte Ansätze anwendungsbezogener Forschung in der Tiefe durch eigene Experimente/Erleben
- können die Sinnhaftigkeit verschiedener Forschungsansätze für eigene Fragestellungen abschätzen

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen

- können Forschungsmethoden und -designs beurteilen und in Frage stellen sowie
- eigene Forschungsfragen und -designs entwickeln

Nutzung und Transfer

Absolventinnen und Absolventen

- können eigenständig ihren Forschungsprozess (insbesondere für ihre Masterarbeit) planen und in hoher Selbstorganisation durchführen,
- sind in der Lage, eventuelle Publikationen (und die Anforderungen dafür) bei der Planung des Forschungsdesigns mit zu berücksichtigen

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen

- entwerfen Forschungsfragen;
wählen konkrete Wege der Operationalisierung von Forschung und begründen diese;
- wählen Forschungsmethoden aus und begründen diese Auswahl;
- erläutern Forschungsergebnisse und interpretieren diese kritisch.“

Kommunikation und Kooperation

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- können Forschungsergebnisse schriftlich (in Publikationen) sowie mündlich z.B. in einem Vortrag zielgruppengerecht darstellen
- sind in der Lage, mit Hilfe unterschiedlicher Perspektiven und Erfahrungen nutzenstiftend und kooperativ im Team zusammenzuarbeiten, um wissenschaftliche Forschung voranzubringen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventinnen und Absolventen

- reflektieren ihre eigenen Stärken, Ziele und Lernfelder und entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns sowohl in der Wissenschaft als auch den Berufsfeldern innerhalb der Praxis orientiert;
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe.

Literatur

Collis, J. & Hussey, R. (2021): Business research – a practical guide for students, 6. A. (bzw. aktuelle Auflage).

Hunziker, S. & Bankenagel M. (2024): Forschungsdesign im Bereich Betriebswirtschaft und Management, SpringerGabler.

Kuckartz, U. (2014): Mixed Methods. Methodologie, Forschungsdesigns und Analyseverfahren.

Reich, M.; Müller-Seeger J. (Hrsg.) (2020): Symposium Qualitative Forschung 2018. SpringerGabler.

Aktuelle Literatur wird je nach Schwerpunktsetzung zu Beginn der Veranstaltung ausgegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Insbesondere bereitet dieses Modul auf die Masterarbeit vor. Es kann inhaltlich von den Studierenden mit ihren jeweiligen Schwerpunkten verknüpft werden.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

Weitere Lehrende

Externe Lehrende je nach Schwerpunkt (z.B. für Design Thinking)

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

NACHHALTIGKEIT UND UNTERNEHMENSRESILIENZ

Sustainability and Corporate Resilience

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1092 (Version 1) vom 25.06.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1092
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Dieser Kurs beschäftigt sich mit der nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development) von Unternehmen. Dieses Konzept ist weltweit zu einem der wichtigsten gesellschaftlichen Themen geworden. Die Anforderung der Nachhaltigkeit ist vor allem begründet in der begrenzten Kapazität der Welt, natürliche Ressourcen zur Verfügung zu stellen und Abfallprodukte aufzunehmen, sowie in der nach wie vor ungelösten Frage der intra- und intergenerationalen Gerechtigkeit. Nachhaltige Entwicklung bedeutet auch, dass sich Unternehmen auf einen anhaltenden Wandel des Systems vorbereiten (z.B. Klimawandel, Digitalisierung). Auch eine kleine Veränderung kann große Relevanz für den Fortbestand einer Organisation haben, weshalb Unternehmen ein starkes Interesse an einer robusten und resilienten Organisationsstruktur haben sollten. Dabei gilt es, eine geringe Verwundbarkeit gegenüber Veränderungen und gleichzeitig eine hohe Anpassungsfähigkeit sicherzustellen. Die Resilienz eines Unternehmens bezeichnet den Grad der Selbstorganisation, der Lernbereitschaft und der Fähigkeit, auch bei unvorhersehbaren Störungen die intendierte Funktionalität aufrechtzuerhalten. Im Kurs beschäftigen wir uns u.a. mit dem Erreichen einer hohen Resilienz. Dabei ist es wichtig die Zielkonflikte innerhalb eines Maßnahmenkatalogs bewusst zu machen. Im Kurs wird Resilienz mehr ein Prozess als ein Ergebnis gesehen, aus dem sich eine höhere Anpassungsfähigkeit des betrachteten Systems ergibt. Resilienz umfasst somit die Effektivität, mit der ein System verfügbare Ressourcen nutzt, um die Funktionalität des Systems in einem unsicheren Umfeld zu erhalten. Anpassungsfähigkeit ist niemals permanent, sondern als dauerhafter Prozess zu verstehen. Genau wie die Querschnittsfunktion der Digitalisierung ist auch das Querschnittsthema der nachhaltigen Entwicklung in den meisten Berufsbildern ein zentraler Bestandteil geworden (z. B. Klimaneutralität von Arbeitsprozessen, Umgang mit Mitarbeitenden, Anpassung an dem Klimawandel).

Lehr-Lerninhalte

1. Allgemeine Grundlagen zum Projektmanagement im Sustainable Leadership und Risikomanagement
2. Festlegung der Ziel- und Aufgabenstellung und Definition der Teams / Organisation
3. Erarbeitung von Resilienz-Szenarien
4. Diskussion und kritische Bewertung von Lösungsansätzen
5. Präsentation

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Praxisprojekt	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Arbeit in Kleingruppen		-
35	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
25	Prüfungsvorbereitung		-

Weitere Erläuterungen

Die Kursinhalte werden am Beispiel eines Unternehmens vermittelt. Als Lehr-Lernkonzept kommt das Problemorientierte Lernen zum Tragen.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

PFP 1: Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Präsentation (PR) und einem schriftlichen Projektbericht (PSC). Die Präsentation wird mit 70 Punkten und der schriftliche Projektbericht mit 30 Punkten gewichtet

PFP 2: Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Präsentation (PR). Die einstündige Klausur und die Präsentation werden jeweils mit 50 Punkten bewertet.

Die K2 ist als Option für eine Wiederholungsprüfung von Bedeutung.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Präsentation (im Rahmen der PFP): ca. 20 bis 40 Minuten

Projektbericht, schriftlich (im Rahmen der PFP): ca. 10 bis 15 Seiten, exklusive Anhang

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Die Studierenden haben die Grundlagenkurse im Master im ersten Semester besucht.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden erhalten am Beispiel eines Unternehmens bzw. einer Fallstudie einen vertiefenden Einblick in die Konzepte der nachhaltigen Entwicklung und der Resilienz. Durch eine interdisziplinäre & praxisorientierte Ausrichtung der Veranstaltung sollen die Studierenden, die Resilienz und nachhaltige Strategien als zukunftsgerichtete Unternehmensführung erlebbar erfahren.

Wissensvertiefung

Die Studierenden lernen die Anwendung von Methoden und Instrumenten des Sustainable und Resilienz-Managements zu beherrschen (z.B. Risikomanagement für Klimaanpassungsmaßnahmen).

Wissensverständnis

Die Studierende können komplexe Sachverhalten und Risiken am Beispiel eines Unternehmen fachlich qualifiziert verstehen und im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung interpretieren.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden sind in der Lage Methoden und Instrumente des Sustainable und Resilienz-Managements anzuwenden.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden sollen mit dem Kurs methodisches, analytisches und systemisches Denken üben (altes – aber schönes - Bsp.: Dietrich Dörner: „Die Logik des Misslingens“).

Kommunikation und Kooperation

Die Studierende verbessern im Umgang mit dem Unternehmen ihre kommunikativen Fähigkeiten durch den aktiven Austausch mit den Stakeholdern und der Diskussion von Lösungsansätzen und Zielkonflikten.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden werden dazu ermutigt, eigenständige Lösungen zu entwickeln, die typischerweise Abwägungen verschiedener (teils konfligierender Ziele) erfordern und den Umgang mit normativen Zielen voraussetzt.

Literatur

Epstein, M (2008) Making Sustainability Work: Best Practices in Managing and Measuring Corporate Social, Environmental, and Economic Impacts. Berrett-Koehler Publishers.

Koetse, M.J.; Rietveld, P. (2009) The impact of climate change and weather on transport: An overview of empirical findings. Transportation Research Part D, 14(3), 205–221.

Meadows, D. (2008) Thinking in Systems. Chelsea Green Publishing.

Morris, L.L. (2020) Stakeholder collaboration as a pathway to climate adaptation at coastal ports, Maritime Policy & Management, 1-15

Nemetz, P. (2013) Business and the Sustainability Challenge: An Integrated Perspective. Routledge Publishin

Wang, C., Yang, Z., Zhang, D., Yan, X., & Fan, S. (2018) Resilience in transportation systems: A systematic review and future directions. Transport Reviews, 38, 479–498.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Studierenden erhalten mit dem Besuch des Moduls übergeordnete Kompetenzen zum Thema nachhaltige Entwicklung und Resilienz. Das Wissen ist für alle anderen Module als Ergänzung zu verstehen.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Griese, Kai Michael

Lehrende

- Griese, Kai Michael

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

OPERATIONS MANAGEMENT

Operations Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0879 (Version 2) of 17.05.2025. Approval status: approved

Module identifier	22M0879
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summer term
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief 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.

Teaching and learning outcomes

- 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

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Seminar	Presence	-

Lecturer independent learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
105	Preparation/follow-up for course work		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

PFP-1 has 100 points and consists of a presentation with written report (50 points) and a one-hour written exam (50 points).

PFP-2 has 100 points and consists of a presentation (50 points) and a one-hour exam (50 points).

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Presentation (approx. 15-20 Min) with written report (approx. 5-10 pages)

Presentation (approx. 20-30 Min)

The requirements are specified in the respective concrete event.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

None

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

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).

Knowledge deepening

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.

Knowledge Understanding

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

Application and Transfer

Students are able to work confidently with operations management tools.

Communication and Cooperation

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

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who successfully complete this module recognize situation-adequate and situation-spanning framework conditions of professional action on an operational level and reflect operational decision making in a responsible-ethical manner.

They are able to reflect critically on actions on an operational level in relation to social expectations and consequences and develop their professional actions further.

Literature

Nigel Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (in the latest edition),

Operations Management, 6th edition, Pearson Education Limited

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

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

Yalabik, B., Howard, M., Roden, S. (in the latest edition), The innovation game: lessons in strategy and managing operations, International Journal of Operations & Production Management (in the latest edition)

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module is part of the Innovation and Transformation focus. It prepares you for advanced modules in the areas of change management and innovation management.

Applicability in study programs

- Controlling and Finance
 - Controlling and Finance M.Sc. (01.09.2026)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Halstrup, Dominik

Teachers

- Halstrup, Dominik

[Back to Table of contents](#)

PERFORMANCE-, RISIKO- UND SZENARIO-MANAGEMENT

Performance, Risk- and Scenario Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1093 (Version 1) vom 28.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1093
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Betriebswirte/innen in Führungspositionen benötigen einen guten Überblick über die rechtlichen Risiken, denen ein Unternehmen in der Wirtschaft typischerweise ausgesetzt ist. Die für einen solchen Überblick bedeutsamen Bereiche aus dem Arbeits-, Datenschutz-, Wettbewerbsrecht und der Produkthaftung werden im Hinblick auf mögliche Unternehmensrisiken behandelt. Aus Controllingsicht zeigt das Modul die Auswirkungen hoher Volatilität auf die Performance sowie die Möglichkeiten zu Unternehmenssteuerung auf und befähigt die Teilnehmer, zur Anwendung geeigneter Controllingmethoden im Umgang mit dieser Problematik.

Lehr-Lerninhalte

I. Performance Management

II. Lehrinhalte auch dem rechtlichen Bereich

1. Risikomanagement bei der Produkthaftung
2. Risikomanagement im Bereich des Datenschutzes
3. Arbeitnehmerdatenschutz
4. Risikomanagement bei der Stellenausschreibung aufgrund des AGG
5. Beschäftigungsverhältnisse und deren Beendigung durch Aufhebungsverträge
6. Betriebliche Mitbestimmung und Risikomanagement im Arbeitskampf

7. Grundzüge des Urheber- und Wettbewerbsrechtes

A Auswirkungen hoher Volatilität auf Unternehmensperformance und –steuerung

B Maßnahmen zum Umgang mit Volatilität Einsatz von Frühwarnsystemen, Einsatz von Szenarien und Sensitivitätsanalysen Einsatz von Risikomanagementsystemen und –Cockpits Einsatz von Flash-Reports

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
35	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
40	Literaturstudium		-
30	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Portfolio-Prüfungsleistung-1: Die Portfolioprfung umfasst 100 Punkte und setzt sich aus einer einstündigen Klausur (K1), einer Hausarbeit (HA) und einer Präsentation (PR) zusammen. Die K1 wird mit 50 Punkten, die HA mit 40 Punkten und die PR mit 10 Punkten gewichtet.

Portfolio-Prüfungsleistung-2: Die Portfolioprfung umfasst 100 Punkte und setzt sich aus einer Hausarbeit (HA) und einer Präsentation (PR) zusammen. Die HA wird mit 90 Punkten und die PR mit 10 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolio-Prüfungsleistung-1: Klausur siehe jeweils gültige Studienordnung; Hausarbeit ca. 10 Seiten; Präsentation ca. 15 Minuten

Portfolio-Prüfungsleistung-2: Hausarbeit ca. 10 - 15 Seiten; Präsentation ca. 15 Minuten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor Vorlesungen Wirtschaftsprivatrecht und Personal und Arbeitsrecht

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, können rechtliche Risiken für Unternehmen erkennen.

Sie wissen um die Auswirkungen einer erhöhten Volatilität und zunehmender Risiken auf die Möglichkeiten zur zielorientierten Steuerung und zur Strategierealisierung / Performance und kennen mögliche Maßnahmen zum geeigneten Umgang mit Volatilität.

Die Teilnehmer können Controlling-Methoden im volatilen Umfeld, wie Methoden des Risikomanagements und der Szenarioanalyse, sicher anwenden.

Literatur

1. Aunert-Micus, Wirtschaftsprivatrecht II
2. Steckler/Schmidt/Strauß, Arbeitsrecht und Sozialversicherung, 8. Auflage
3. Aktuelle Entscheidungen des BGH und Aufsätze werden zu Beginn der Vorlesung bekannt gegeben.
4. Schäffer, U.; Bechtoldt, C.; Grunwald-Delitz, S.; Reimer, T.: Steuern in volatilen Zeiten (Advanced Controlling, Bd. 90), Weinheim
5. Weber, J.; Schäffer, U.; Goretzki, L.; Strauß, E.: Die zehn Zukunftsthemen des Controllings (Advanced Controlling, Bd. 82), Weinheim
6. Horváth, P.; Michel, U. (Hrsg.): Controlling und Finance: Steuerung im volatilen Umfeld, Stuttgart

Jeweils in aktueller Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul hat Bezüge zu den Modulen "Strategisches Personalmanagement" und "Nachhaltigkeit und Unternehmensresilienz"

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Wendehals, Marion

Lehrende

- Wendehals, Marion

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

PERSONALENTWICKLUNG UND KARRIEREMANAGEMENT

Human Resource Development and Career Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0873 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0873
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Angesichts der Wissensgesellschaft und und disruptiver Innovationen nimmt die Bedeutung des lebenslangen Lernens 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 und agiler Methoden, Personalentwicklung professionell zu managen und bedarfsgerecht in enger Abstimmung mit Fachabteilungen und -vorgesetzten zu begleiten. Vielfältigere Belegschaften und Lebensentwürfe sind dabei ebenso zu berücksichtigen wie die strategischen Ziele der Organisation. 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.

Lehr-Lerninhalte

- Personalentwicklung: Ziele, grundlegende Ansätze und Methoden
- Forschung in der PE - Entwicklung und Bearbeitung einer Forschungsfrage
- Kompetenzen und Anforderungsprofile
- Internationale und interkulturelle Fragen der PE
- Talentmanagement und sozialer Aufstieg - Aufgaben der PE
- Karrierewege, -muster und typen
- Genderspezifische Aspekte bei Karriereentscheidungen und - verläufen
- Personalentwicklungskonzepte
- Anforderungen an selbstorganisiertes Lernen und die Rolle der PE
- PE im Rahmen demografischer Entwicklung

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
18	Seminar	Präsenz	-
7	Forschungsprojekt	Präsenz	-
14	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
6	Prüfung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
35	Literaturstudium		-
14	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
12	Sonstiges		Fallstudienbearbeitung
36	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
8	Peer-Feedback		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Hausarbeit: Entwicklung und Bearbeitung einer Forschungsfrage im Rahmen eines übergeordneten Themas (Bearbeitung als Hausarbeit; Vorstellung des Ergebnisses im Plenum mit Beantwortung von Fragen)

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Hausarbeit (HA). Die einstündige Klausur und die Hausarbeit werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: Der Umfang betrifft 2000 Wörter und ein Review für die Arbeit eines/einer TeampartnerIn sowie die Nutzung eines Literaturverwaltungsprogramms. Die Hauptergebnisse werden im Plenum vorgestellt und reflektiert.

Portfolioprfung: Klausur siehe jeweils gültige Studienordnung sowie eine Hausarbeit im Umfang von 1800-2000 Wörtern.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundiertes Grundlagenwissen im Personalmanagement

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

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; sie kennen Karrierekonzepte und -verläufe, sind in der Lage, diese aus Unternehmens- und Arbeitnehmersicht zu hinterfragen und für sich persönlich bei eigenen Karriereentscheidungen zu reflektieren.

Sie können die besonderen Herausforderungen der Personalentwicklung angesichts der Notwendigkeit lebenslangen Lernens kritisch reflektieren und auf unterschiedliche Kontexte (Zielgruppen, 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 fundiert beurteilen zu können.

Wissensverständnis

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- kennen nachhaltige Personalentwicklungskonzepte sowie Ideen zur Umsetzung und können diese auf Problemstellungen adäquat anwenden,
- wägen Alternativen zur Problemlösung unter Bezugnahme auf theoretische Erkenntnisse und empirische Studien ab und kommen zu begründeten Entscheidungen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- können mit Ambiguität und Zielkonflikten in der beruflichen Personalentwicklung umgehen,
- können eigene Karriereziele reflektieren und formulieren und
- entwickeln Lösungsansätze und bedarfsgerechte Konzepte für Problemstellungen der Praxis

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- können eigenständig eine Forschungsfrage zur Thematik der PE entwickeln,
- sich mit Hilfe einer Literaturanalyse einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand verschaffen,
- die Ergebnisse ihrer Analyse einordnen und kritisch reflektieren sowie
- daraus Schlussfolgerungen für Forschungsbedarf sowie für den Einsatz von Tools in der PE ziehen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können

- auf professionellem Niveau Fragestellungen der Personalentwicklung analysieren und diskutieren
- eigene Forschungsergebnisse schriftlich sowie mündlich zielgruppengerecht darstellen und diskutieren
- sich gegenseitig bei ihrem Forschungsprozess unterstützen, u.a. mit hilfreichem Feedback (Review), gemeinsamer Literaturdatenbank etc.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- haben gelernt, ihren eigenen Lern- und Forschungsprozess zu organisieren
- erkennen Feedback (im Coaching sowie bei Peer-Diskussionen) als Bestandteil eines wissenschaftlichen Diskurses und Verbesserungsprozesses,
- können ihre eigenen Stärken einschätzen und weiter entwickeln,
- verstehen die Standards professionellen Handelns in der Wissenschaft sowie der beruflichen Praxis.

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.
- El-Mafaalani, A. (2014): Vom Arbeiterkind zum Akademiker. Konrad Adenauer Stiftung .
- 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.
- Metz, A.; Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2022): Vertrauensaufbau als zentrale Herausforderung in der virtuellen Führung. Die Unternehmung. Jg. 76, Special 01/22: Digitalization and the Future of Work, S. 50-63.
- Neuburger & Fiedler (2020): Zukunft der Arbeit – Implikationen und Herausforderungen durch autonome Informationssysteme. Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 72, S. 343-369.
- 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.
- Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2018): Gender-sensitives Talentmanagement: Eine kritische Bestandsaufnahme. Wirtschaftspsychologie, (20)3, Sonderheft Talentmanagement, S. 43-50.
- Sowie weitere aktuelle Artikel und Ergänzungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul baut auf dem 1. Modul des Schwerpunktes Personalmanagement auf und bereitet auf das 3. Modul (Fallstudien und Konzeptentwicklung) vor. Angesichts des Schwerpunktes, der von unterschiedlichen Studiengängen wählbar ist, kann bewusst kein direkter Zusammenhang mit bestimmten Module, die nur in einem Studiengang gelehrt werden, hergestellt werden.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

PRODUCT AND INNOVATION MANAGEMENT

Product and Innovation Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0139 (Version 2) of 26.02.2025. Approval status: approved

Module identifier	22M0139
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winter term
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

In the new VUCA world (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity), innovation is a prerequisite and a key driver for economic success. In order to remain competitive, a permanent willingness and ability to innovate is required in many markets. This ranges from the innovation of entire business models to product innovations and process innovations.

However, innovation is not a matter of chance. Managing the innovation processes is a core competence in many industries. The aim of this module is to give students an understanding of the market processes that require or enable innovation and, at the same time, to provide them with the strategic and operational tools to manage innovation processes at the corporate and departmental level.

Teaching and learning outcomes

A. Industry dynamics

1. Understanding the sources of innovation
2. Types and patterns of innovations
3. Platform competition and "winners-take-it-all" markets

B. Innovation strategies

1. Defining the overall innovation strategy
2. Finding and prioritizing innovation fields and projects

C. Operational innovation management

1. Pricing of innovations
2. Managing the new product development process

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
35	Lecture	Presence	-
10	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-

Lecturer independent learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
70	Preparation/follow-up for course work		-
21	Exam preparation		-
14	Study of literature		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Portfolio exam or
- Oral presentation, with written elaboration

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of one written paper (HA) and a one-hour written examination (K1). The written paper and the examination are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Report: presentation of approx. 20-40 minutes with written report of approx. 5-10 pages

Written paper (as part of the portfolio exam): approx. 10 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Basic marketing knowledge

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students are familiar with the different dimensions of innovation and know the main internal and external drivers of the innovation process.

Knowledge deepening

The students know scientifically proven success factors for the individual process elements and innovation steps and can include these specifically in the decision-making process.

Knowledge Understanding

Students will be able to classify, analyze and comment on relevant innovation theories. They can reflect on their own arguments as well as those of others, check them and weigh them against each other against the background of professional plausibility. Current research results from innovation management can be analyzed, questioned and applied.

Application and Transfer

The students know the current state of knowledge and can apply the knowledge specifically in exercises and case studies. Building on the theory, they can design and structure practical solutions.

Academic Innovation

Students are able to draw not only on textbook knowledge but also on current research findings to solve concrete problems in innovation management. They are able to transform practical problems into research questions and thus arrive at evidence-based solutions based on specialist literature.

Communication and Cooperation

Students will be able to present knowledge and competencies on innovation management in a goal-oriented and situation-appropriate manner, both in small and larger groups. Through discussions and presentations, they will learn to represent their own points of view, to understand and reflect on other positions, and to develop syntheses and creative solutions based on these.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students will be able to critically reflect on innovation management issues. They have the ability to evaluate the existing knowledge against the background of ethical standards and to assess the social impact in terms of sustainability.

Literature

Schilling, Melissa: Strategic Management of Technological Innovation, 2022

Trott, Paul: Innovation Management and New Product Development, 2021

Case Studies

Current articles from marketing and management magazines

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module is very well integrated into the master program. Innovation management is a cross-sectional function in marketing. Sound knowledge of innovation management therefore provides an important foundation that also enables a deeper understanding of the content in international marketing, brand management and sales and cooperation management.

Applicability in study programs

- Controlling and Finance
 - Controlling and Finance M.Sc. (01.09.2026)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Roll, Oliver

Teachers

- Roll, Oliver

[Back to Table of contents](#)

STRATEGIC MANAGEMENT (CASE STUDIES)

Strategic Management (Case Studies)

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1030 (Version 1) of 29.05.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1030
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winter term
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

Given the increasingly complex and dynamic, at times even turbulent, environment in which companies need to compete today, addressing strategic considerations and developing as well as implementing suitable business/corporate strategies have become key factors of success. Against this background, students learn to identify and analyze strategic challenges, to develop adequate strategies based on scientific tools and to make suggestions for an efficient and effective implementation. In this module, ambitious case studies and intensive classroom discussions are used to deepen existing knowledge in strategic management. Along these lines, the meaning and implications of globalization for the continued success of companies is emphasized. Topics like positioning strategies, cooperative strategies and/or digital strategies are applied to the discussed case studies. The discussion of state-of-the-art academic journal papers complement the case study approach and ensure highest academic standards.

Teaching and learning outcomes

The contents of the case studies and accompanying texts include but are not limited to the following areas: 1. Review of the fundamentals of strategic management 1.1 Strategy development and strategic analysis 1.2 Strategy implementation 2. Strategic management tools 2.1 External/internal analysis 2.2 Project-based development and implementation of strategies 3. Strategic management in a complex and volatile environment 3.1 Turnaround and change management 3.2 Innovation management and entrepreneurship 3.3. Globalization and internationalization 3.4 Sustainability and corporate social responsibility 4. Overall assessment of the strategic management process

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
35	Seminar	Presence	-
10	Learning in groups / Coaching of groups	Presence or online	-

Lecturer independent learning

Workload hours	Type of teaching	Media implementation	Concretization
35	Work in small groups		-
45	Preparation/follow-up for course work		-
25	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The 100 points portfolio examination (PFP) consists of:

A presentation (PR) worth 50 points and a one-hour exam (K1) worth 50 points.

Exam duration and scope

Presentation (PR): approx. 20-30 minutes

Written examination: in accordance with the valid study regulations

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Introduction to Strategic Management, Strategy Process, Management Tools, Management Concepts, Strategy Evaluation, Principles of Controlling, Principles of Project and Process Management.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students, who have successfully completed this module, have a detailed knowledge of the process of strategic management and the tools used therein. They know the theoretical foundations of strategic management and are able to apply the knowledge across industries and contexts to develop strategic options with positive impact for companies and other stakeholders.

Knowledge deepening

Students, who have successfully completed this module, can formulate business/corporate strategies and implement them in practice. The discussion of state-of-the-art case studies fosters students' ability to make sense of complex business situations with multiple interdependencies and ambiguity. Moreover, the case studies illuminate the different nuances of the strategic management process in practice and enable students to compare and contrast the decisions/actions described in the cases and other theoretically possible ones.

Knowledge Understanding

Students, who have successfully completed this module, are empowered to challenge strategic decisions and positionings, assess their appropriateness and conclude regarding their effectiveness.

Application and Transfer

Students, who have successfully completed this module, can apply the tools and instruments of strategic management and are able to structure research questions in new industries/contexts, discover hidden relationships, formulate hypotheses and develop solutions.

Academic Innovation

Students, who have successfully completed this module, can collect and integrate data and information from various sources within a company and from the environment. They are capable of assessing a situation based on facts and analyses and develop suitable solutions, for which they can articulate convincing arguments.

Communication and Cooperation

Students, who have successfully completed this module, can analyse complex strategic management issues, interpret results, actively contribute to group discussions and are able to moderate the latter. Finally, they are able to present strategic management problems and novel solutions.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students, who have successfully completed this module, recognize and value the benefits of strategic thinking and act accordingly in practice. Finally, students can question their own decisions/actions and critically reflect their behaviour.

Literature

Pepijn Vos, Koen Burgers & Brian Tjemkes (newest edition), Strategic Alliance Management, Routledge, ISBN: 978-1138684676

Martin Echavarria (newest edition), Enabling Collaboration, LID Publishing, ISBN: 978-0986079337

Selected case studies from Harvard Business School Press

Selected papers from the following journals: Strategic Management Journal, Journal of Management, Journal of Management Studies, Journal of Product Innovation Management, California Management Review, Harvard Business Review.

Each in current edition

Applicability of the module

Linkage to other modules

Students apply and deepen their methodological/empirical skills developed in the previous module "Empirische Sozialforschung".

Applicability in study programs

- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Hofmann, Kay Hendrik

Teachers

- Hofmann, Kay Hendrik

[Back to Table of contents](#)

STRATEGISCHES PERSONALMANAGEMENT

Strategic Human Resources Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1090 (Version 1) vom 28.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1090
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Strategisches Personalmanagement stellt einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor für Unternehmen dar. Um erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen qualifizierte Mitarbeiter gewinnen, motivieren und effektiv einsetzen. Im Rahmen dieses Moduls werden die kritischen Gestaltungsfelder des strategischen Personalmanagements betrachtet. Hierzu gehören beispielsweise Personalgewinnung und Employer Branding, Performance und Talentmanagement sowie die Gestaltung von Arbeitswelten. Es wird aufgezeigt, welchen Einfluss die externen und internen Rahmenbedingungen auf die Gestaltung des Personalmanagements haben. Dabei werden die theoretischen Grundlagen sowie relevante Konzepte und Instrumente des strategischen Personalmanagements praxisnah vermittelt. Ziel ist es, Studierende mit Lösungsansätzen für die aktuellen Herausforderungen des strategischen Personalmanagements vertraut zu machen.

Lehr-Lerninhalte

1. Bedeutung des Personalmanagements für den Unternehmenserfolg
2. Personalstrategie - Definition, Einflussfaktoren und Entwicklung
3. Personalgewinnung und Employer Branding
4. Performance und Talentmanagement
5. Ausgewählte Aspekte der Organisation

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentenengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
32	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
36	Arbeit in Kleingruppen		-
37	Erstellung von Prüfungsleistungen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (70 Punkte) und einem Referat (30 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Die Dauer der Klausur kann der jeweils gültigen Studienordnung entnommen werden.

Die Dauer des Referats im Rahmen der Portfolio-Prüfung beträgt ca. 20-30 Minuten mit dazugehöriger schriftlicher Ausarbeitung von ca. 5 Seiten.

Der Umfang der Hausarbeit beträgt ca. 8-25 Seiten, die dazugehörige mündliche Erörterung ca. 20-30 Minuten.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen konkreten Veranstaltung präzisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen Personalmanagement und Arbeitsrecht.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende, die dieses Modul erfolgreich absolviert haben, kennen die Erfolgsfaktoren des strategischen Personalmanagements und können diese praktisch anwenden.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, die Erfolgsfaktoren des strategisches Personalmanagements aufzuzeigen. Sie definieren den Beitrag des Personalmanagements für den betrieblichen Wertschöpfungsprozess und können Instrumente erfolgreichen Personalmanagements veranschaulichen.

Wissensverständnis

Die Studierenden können

- das Personalmanagement von Unternehmen anhand von hierfür notwendigen Erfolgsfaktoren kategorisieren und sind in der Lage, die vorhandenen personalwirtschaftlichen Instrumente zu analysieren und zu beurteilen;
- Personalprozesse in Unternehmen zu analysieren und zu bewerten. Sie sind in der Lage, die entsprechenden Ergebnisse auf professionellem Niveau zu präsentieren;
- können in einem festgelegten Rahmen Konzepte für die Einführung bzw. Optimierung eines strategisches Personalmanagements entwickeln und an Beispielen Maßnahmen zur Umsetzung vorbereiten.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können

- wirtschaftswissenschaftliche Techniken sicher und gezielt in schriftlichen Hausarbeiten anwenden,
- die Ergebnisse klar und eindeutig aufbereiten und kommunizieren,
- selbständig die Themen und Spannungsfelder im Rahmen des strategisches Personalmanagements herleiten und mit Hilfe von wissenschaftlichen Methoden erarbeiten.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden leiten Forschungsfragen ab und definieren diese. Zudem wählen sie passende Forschungsmethoden aus, wenden diese an und legen die Forschungsergebnisse erläuternd da.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden formulieren innerhalb im Hinblick auf das strategische Personalmanagement fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Kommiliton*innen und Lehrenden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen;

kommunizieren und kooperieren mit Kommiliton*innen und Lehrende, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen;

reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert;
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen;
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung;
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch, reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

Literatur

Die erforderliche Literatur wird vom jeweiligen Lehrenden zum Anfang des Semesters bekannt gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul bereitet auf weiterführende Module aus verschiedenen Themenbereichen vor. Zu diesen gehören insbesondere der Schwerpunkt "Change Management" und der Schwerpunkt "Personalmanagement".

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Steinert, Carsten

Lehrende

- Steinert, Carsten

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

UNTERNEHMERISCHES FINANZMANAGEMENT

Corporate Financial Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0861 (Version 1) vom 29.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0861
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Das Modul vermittelt den Studierenden vertiefte Kenntnisse des Finanzmanagements privater Unternehmen. Die Studierenden werden in die Lage gesetzt, die finanziellen Entscheidungsprozesse von Unternehmen zu verstehen und die relevanten Konzepte (z.B. Investitionsrechenverfahren) selbständig anzuwenden. Sie entwickeln während der Veranstaltung eigenständig ein Geschäftsmodell oder führen eine Unternehmens-/Geschäftsmodellanalyse durch und wenden die erworbenen Kenntnisse auf dieses an.

Lehr-Lerninhalte

1. Grundkenntnisse der Investition und Finanzierung
 - 2.1 Grundlagen
 - 2.2. Einzelne Investitionsentscheidungen
 - 2.3 Unternehmensbewertung als Bündel
3. Unternehmensentscheidungen bei Unsicherheit
 - 3.1 Die Kapitalkosten des Unternehmens
 - 3.2 Wertmanagement
 - 3.3 Risikomanagement
4. Finanzierungsaspekte
 - 4.1 Rating als Rahmenbedingung
 - 4.2 Aspekte der Finanzierung im Unternehmenszyklus

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentenengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
20	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
17	Arbeit in Kleingruppen		-
25	Literaturstudium		-
43	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und zwei Präsentationen (PR). Die einstündige Klausur und die Präsentationen werden jeweils mit 50 Punkten bewertet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausuren: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10-15 Seiten

Präsentation im Rahmen der Portfolio-Prüfungsleistung: ca. 2 x15 Minuten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlagen des Finanzmanagements (Bachelor)

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden beschreiben die Finanzlage eines Unternehmens. Sie lernen die üblichen Methoden der Investitionsrechnung und der finanziellen Unternehmensführung kennen und werden in die Lage versetzt Entscheidungen zur Erreichung der Unternehmensziele unter Berücksichtigung der finanziellen Konsequenzen zu treffen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, die Verfahren der Investitionsrechnung sicher anzuwenden, den Zusammenhang zwischen Unternehmenswert und Shareholder Value zu erkennen und kritisch zu reflektieren. Zudem können Sie Vor- und Nachteile bestimmter Finanzierungsformen vom Finanzierungsanlass und -umstand abhängig beurteilen und in eine sinnvolle Rangfolge bringen; stets im Zielkonflikt: Rentabilität - Risiko- Liquidität

Wissensverständnis

Die Studierenden entwickeln ein eigenes Geschäftsmodell oder analysieren des Geschäftsmodell einer AG und begreifen die Wirkungszusammenhänge. Sie können die Erfolgs- und Liquiditätslage von Unternehmen anhand von Kennzahlen analysieren. Die Studierenden sind in der Lage, die Verfahren der Investitionsrechnung anzuwenden und die kritische Funktion der Annahmen in den jeweiligen Kontext setzen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden wenden die gewonnenen Erkenntnisse in der Unternehmens- und Geschäftsfeldanalyse sowie der Strategieentwicklung und Businessplanung an. Sie präsentieren die Ergebnisse mündlich und zeigen dabei die Aussagekraft der Ergebnisse auf.

Kommunikation und Kooperation

Die erarbeiteten Erkenntnisse der Unternehmens-/Geschäftsmodellanalysen werden präsentiert.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden werden wissenschaftlich erprobte Konzepte und Tools anwenden und sollen der Grenzen in der kritischen Reflektion erkennen. Das stärkt das Verständnis und ist ein wichtiger Schritt zu mehr Professionalität.

Literatur

- Achleitner, A.-K., Handbuch Investment Banking
Franke, G./ Hax, H., Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt
Perridon, L./Steiner, M., Finanzwirtschaft der Unternehmung
Seppelfricke, P., Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung: Bewertungsverfahren, Unternehmensanalyse
Zantow, R., Finanzwirtschaft der Unternehmung: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements
McLeaney, Business Finance
Schierenbeck, H., Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre

jeweils in der aktuellsten Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Studierenden lernen das Zusammenwirken der Modulinhalte des ersten Studienabschnitts für die Unternehmensentwicklung und des Unternehmenswertes zu verstehen sowie Entscheidungen zur Veränderungen des Unternehmenswertes in ihrer Wirkung abzuschätzen und zu treffen.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Arnsfeld, Torsten

Lehrende

- Arnsfeld, Torsten

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

VERTRIEBS- UND KOOPERATIONSMANAGEMENT

Sales and Cooperation Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0367 (Version 2) vom 17.05.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0367
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Für Unternehmen ist die effiziente Nutzung der vielfältigen Optionen für den Markt- und Kundenzugangs sowie die professionelle Bearbeitung der fragmentierten Märkte ein zentraler kritischer Erfolgsfaktor.

In einem von Dynamik, Volatilität, Unsicherheit und Komplexität gekennzeichneten Umfeld gewinnen Fähigkeiten zur Weiterentwicklung der etablierten Geschäftsmodelle durch innovative Vertriebs-, Kooperations- und Netzwerkkonzepte, stark an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund lernen Studierende die Strategien, Methoden und Instrumente des Vertriebs- und Kooperationsmanagements kennen. Sie erlernen, wie Ressourcen zur Steuerung der Zukunftsfähigkeit von Organisationen effizient und effektiv eingesetzt werden können.

Lehr-Lerninhalte

I. Grundlagen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement

II. Vertriebsmanagement

1. Zukunftsfähigkeit und Digitalisierung
2. Vertriebs-Excellence / Erfolgsfaktoren
3. Vertriebsstrategie
4. Sales Intelligence
5. Vertriebsorganisation
6. Vertriebsperformance
7. Kundenmanagement

III. Kooperations- und Netzwerkmanagement

1. Relevanz von Kooperationen und Netzwerken
2. Kooperationsmanagement - Grundlagen und Instrumente
3. Kooperationsbereitschaft und -fähigkeit
4. Kooperations-Excellence / Erfolgsfaktoren
5. Kooperationen im Marketing und Vertrieb

IV. Fallstudien zum Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
10	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-
5	Übung	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Arbeit in Kleingruppen		-
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
30	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung) oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einer Hausarbeit und einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Die Hausarbeit und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Referat: ca. 20 bis 40 Minuten, dazugehörige Ausarbeitung: ca. 5 bis 10 Seiten

Hausarbeit im Rahmen der PFP: ca. 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse im Marketing

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen die wesentlichen Wissensbereiche des Vertriebs- und Kooperationsmanagements und können ihre Relevanz für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Unternehmen berteilen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die aktuellen Konzepte und Methoden des Vertriebs- und Kooperationsmanagements problem-/erfolgsfaktorenorientiert diskutieren und bewerten.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Erfolgsfaktoren im Vertriebs- und Kooperationsmanagement unter Einbezug wissenschaftlicher und methodischer Überlegungen analysieren, definieren und begründen sowie in unterschiedlichen Kontexten diskutieren und problembezogen anwenden.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden integrieren vorhandenes und neues Wissen in komplexen Zusammenhängen. Sie können sich selbstständig neue Kenntnisse und Fertigkeiten im Rahmen von erfolgsfaktorenorientierten Analysen aneignen, um Problem- und Fragestellungen im Rahmen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement zu bearbeiten und zu lösen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden entwerfen Fragen, Hypothesen und Methoden zur Erfolgsfaktorenforschung und begründen diese. Sie können Daten und neues Wissens im Forschungsprozessen generieren und interpretieren die Ergebnisse kritisch.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden können vertriebs- und kooperationsbezogene Entscheidungssituationen und den damit verbundenen Fragestellungen in interdisziplinären Kontexten kritisch reflektiert präsentieren und diskutieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können bestehende und zukünftige Herausforderungen in Unternehmen unter Berücksichtigung des Vertriebs- und Kooperationsmanagements bzgl. der Erfolgsfaktoren in Beziehung setzen und professionalisieren.

Literatur

- Becker, W. /Ulrich, P./Botzkowski, T./Fibitz, A./
Stradtman, M. (2018): Kooperationen zwischen Mittelstand und Start-up-Unternehmen, Wiesbaden
- Belz, Christian et al. 2018): Sales Excellence Development
Stuttgart
- Bellmann, Klaus (Hrsg.) (2015): Kooperations- und Netzwerkmanagement, Berlin
- Biesel, Hartmut H. (2018): Vertrieb 4.0 : Vertrieb und Marketing in einer digitalen Welt / Wiesbaden
- Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.) (2018): Kooperative Dienstleistungen Spannungsfelder zwischen Service Cooperation und Service Coopetition Wiesbaden
- Dahm, Markus H. (Hrsg.) (2021): Kooperationsmanagement in der Praxis: Lösungsansätze und Beispiele erfolgreicher Kooperationsgestaltung, Wiesbaden
- Homburg, C. / Schäfer, H / Schneider, J (2016):
Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System / Wiesbaden
- Kollmann, Tobias (Hrsg.) (2021): Handbuch digitale Wirtschaft, Wiesbaden
- Daniel R. A. Schallmo (2019): Jetzt digital transformieren: so gelingt die erfolgreiche Digitale Transformation Ihres Geschäftsmodells, Wiesbaden
- Scherer, Petra (2019): Strategisches Vertriebsmanagement: B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, Wiesbaden
- Zentes, B; Swoboda, D; Morschett, D. (Hrsg) (2013):
Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen-Ansätze-Perspektiven, Wiesbaden

Jeweils in der aktuellen Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul knüpft an vorausgehende Module an, in denen die unter dem Punkt „Empfohlene Vorkenntnisse“ aufgeführten Kenntnisse und Fertigkeiten gefördert werden

- Modul: Empirische Sozialforschung
- Modul: Product and Innovation Management (engl.)
- Modul: Markenführung und Kommunikation

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Franke, Jürgen

Lehrende

- Franke, Jürgen

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

WIRTSCHAFTSETHIK

Business Ethics

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0110 (Version 2) vom 26.02.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0110
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Im Wirtschaftsleben stellen sich zahlreiche schwierige ethische Fragen, sowohl auf der Ebene des Staates und der Gesellschaft, als auch auf der Ebene der Unternehmen und schließlich auf der individuellen Ebene. Für einen reifen Umgang mit ethischen Fragen ist ein fundiertes Verständnis von Wirtschaftsethik wichtig. In dem Modul lernen Absolventinnen und Absolventen die grundlegenden ethischen Theorien kennen. Sie erarbeiten sich ein Verständnis für die unterschiedlichen Lösungsstrategien für ethische Probleme, und wenden diese auf zentrale Felder betriebswirtschaftlichen Handelns an.

Lehr-Lerninhalte

Ethische Dilemmata in der Gesellschaft; Verhältnis von Marktwirtschaft und Ethik;
 Informationsasymmetrie und Lösungsansätze für daraus resultierende Probleme; ethische Theorien;
 ethische Problemfelder und Lösungsansätze in ausgewählten betriebswirtschaftlichen Bereichen;
 ethische Probleme im internationalen Management

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
23	Vorlesung	Präsenz	-
11	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
11	Seminar	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
30	Literaturstudium		-
45	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung¹ umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Hausarbeit. Die einstündige Klausur und die Hausarbeit werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Die Portfolio-Prüfung² umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einem Referat. Die einstündige Klausur und das Referat werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 8 Seiten

Referat im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 20 Minuten mit dazugehöriger Ausarbeitung von ca. 5 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Abgeschlossenes Bachelorstudium

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die zentralen ethischen Theorien. Sie erfassen den Zusammenhang wirtschafts- und gesellschaftspolitischer Rahmensetzungen mit den Problemlösungsstrategien auf den unterschiedlichen Ebenen. Sie erfassen die Vielfalt ethischer Herausforderungen in den betriebswirtschaftlichen Handlungsfeldern (Marketing; Logistik, Personal...) und den nationalen und internationalen Kontexten.

Wissensvertiefung

Das Kennenlernen ausgewählter Grundlagentexte versetzt die Absolventinnen und Absolventen in die Lage, die in dem gesellschaftlichen Diskurs häufig kaum thematisierte Ambivalenz von ethischen Entscheidungen zu erfassen.

Durch die eigenständige Anwendung utilitaristischer und deontologischer Theorien auf ethische betriebswirtschaftliche Fragestellungen erfahren die Absolventinnen und Absolventen diese den ethischen Lösungsansätzen immanente Ambivalenz.

Wissensverständnis

Die Studierenden können die erlernten Konzepte für die Herausbildung ihrer eigenen ethischen Standards nutzen.

Sie können den systematischen Stellenwert ethischer Anforderungen an Wirtschaftsakteure und deren praktische Implikationen begründen.

Nutzung und Transfer

Im Rahmen der Fallstudien können die Studierenden die Handlungsoptionen theoretisch einordnen. Sie erfahren, welche Implikationen sich aus den unterschiedlichen Lösungsstrategien ergeben und diskutieren die Komplexität vieler Ergebnisse.

Wissenschaftliche Innovation

Studierende erkennen die vielfältigen Herausforderungen für die handelnden Akteure. Sie erfassen die Dilemmata, und lernen, einen eigenen Standpunkt zu entwickeln.

In dem Modul werden Wege zur Forschung zu wirtschaftsethischen Fragen aufgezeigt.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden präsentieren in unterschiedlichen Kontexten die Ergebnisse der Erörterung ethischer Dilemmata.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

In diesem Modul ist die Vermittlung der Komplexität und Ambivalenz ethischer Problemfelder von essentieller Bedeutung.

Das Kennenlernen und das Diskutieren der unterschiedlichen Mechanismen der Sicherstellung ethisch angemessener Verhalten helfen den Absolventinnen und Absolventen, ihren eigenen Weg zu ethischem Verhalten zu finden.

Literatur

Henning, Tim (2016): Kants Ethik - Eine Einführung, Reclam;
Höffe, Otfried (Hrsg.) (2013): Einführung in die utilitaristische Ethik, 5. Auflage;
Maak, Thomas & Peter Ulrich (2007): Integre Unternehmensführung, Schäffer-Poeschel;
Sandel, Michael (2009): Gerechtigkeit - Wie wir das Richtige tun, Ullstein;
Sandel, Michael (2012): Was man für Geld nicht kaufen kann,
Ullstein; Schroth, Jörg (2016): Texte zum Utilitarismus, Reclam;
Schüz, Mathias (2017): Angewandte Unternehmensethik, Pearson

jeweils in der aktuellsten Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Durch das gemeinsame Nachdenken über ethische Grundfragen, über ethische Theorien, über ethische Dilemmata und über praktische Lösungsansätze werden Absolventinnen und Absolventen in die Lage versetzt, diese Erkenntnisse auf alle anderen betriebswirtschaftlichen Fragestellungen anzuwenden, wie etwa "Ethische Fragen des Marketings", "Ethische Fragen im Personalwesen" oder "Ethische Fragen und Datenmanagement".

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)
- Controlling und Finanzen
 - Controlling und Finanzen M.Sc. (01.09.2026)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Mayer, Peter

Lehrende

- Mayer, Peter

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)