

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

Hinweis:

- Dieses Modulhandbuch ist gültig ab dem Intake WS 2019/2020
Die Module sind alphabetisch nach ihrem Namen sortiert

Big Data – von Daten zu Prognosen und Entscheidungen

Big Data - Forecasting and Decision Making

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0878 (Version 14.0) vom 10.05.2019

Modulkennung

22M0878

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung und praktische Arbeit

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Faatz, Andreas

Lehrende

Faatz, Andreas; Hirschfeld, Gerrit; Bensberg, Frank; Markovic-Bredthauer, Danijela; Dallmüller Klaus

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

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

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

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

Literatur

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

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

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform



PFP-1: (100 Punkte) ist für alle Studierenden eine einstündige Klausur (50 Punkte) und ein schriftlicher Projektbericht (50 Punkte).

PFP-2: (100 Punkte) ist für alle Studierenden eine einstündige Klausur (50 Punkte) und eine Hausarbeit (50 Punkte).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Business in international Supply Chains

Business in international Supply Chains

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0874 (Version 11.0) vom 04.06.2020

Modulkennung

22M0874

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, studentische Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

grundlegende Kenntnisse in Logistik

Modulpromotor

Freye, Diethardt

Lehrende

Bode, Wolfgang

Freye, Diethardt

Schüller, Michael

Bruns-Vietor, Sabine

Jacob, Axel

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

36	Vorlesungen
----	-------------

4	Exkursionen
---	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

44	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

22	Literaturstudium
----	------------------

44	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

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

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

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

Sanders, N., R.: Big Data Driven Supply Chain Management: A Framework for Implementing Analytics and Turning Information into Intelligence. New Jersey 2014



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

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

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

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

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Hausarbeit (HA), einer Präsentation (PR) und einem Lerntagebuch (LTB). Die Hausarbeit wird mit 50 Punkten, die Präsentation wird mit 30 Punkten und das Lerntagebuch wird mit 20 Punkten bei der Berechnung der Endnote gewichtet.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Consulting and Management

Consulting and Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0885 (Version 3.0) vom 26.04.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0885

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele



Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, exercises, case studies, team work, presentations

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Frie, Jan

Lehrende

Halstrup, Dominik

Hofmann, Kay Hendrik

Frie, Jan

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

38 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

28 Veranstaltungsvor/-nachbereitung

54 Bearbeitung von Fallstudien



30 Prüfungsvorbereitung

Literatur

Van Assen. M./ et. Al.: Key Management Models, 2nd edition, Prentice Hall, 2012

Wickham, L./Wilcock, J.: Management Consulting, 4th edition, Pearson, 2012

Burtonshaw-Gunn, S. A.: Essential Tools for Management Consulting, Wiley, 2010

Andler, N.: Tools for Project Management, Workshops and Consulting, 2nd. edition, Publicis Publ., 2011

Czerniawska, F./May, P.: Management Consulting in Practice, 4th edition, Kogan Page, 2007

Johnson , G./ Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Strategy, 10th edition, Pearson, 2014

Minto, N.: The Pyramid Principle, 3rd edition, Prentice Hall, 2009

Zelazny, G.: Say it with Charts the complete Toolkit, McGraw-Hill, 2007

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Consulting Case Studies

Consulting Case Studies

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0886 (Version 3.0) vom 02.05.2019

Modulkennung

22M0886

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

All case studies cover

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Students are able to apply relevant methods for problem solving.

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

Students can transfer the learned approaches to various business situations.

Lehr-/Lernmethoden



Lectures, exercises, literature research, case studies

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Frie, Jan

Lehrende

Halstrup, Dominik

Hofmann, Kay Hendrik

Frie, Jan

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

38	Vorlesungen und Fallstudiendiskussion
----	---------------------------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

27	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

27	Bearbeitung von Fallstudien
----	-----------------------------

28	Literaturrecherche
----	--------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

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

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Controlling and Finance Tools for Consultants

Controlling and Finance Tools for Consultants

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0882 (Version 10.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0882

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, exercises, literature research, case studies

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Amsfeld, Torsten

Lehrende

Rethschulte, Antje

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

38	Vorlesungen und Fallstudiendiskussion
----	---------------------------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

42	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

25	Bearbeitung von Fallstudien
----	-----------------------------

10	Literaturrecherche
----	--------------------

35	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

Reader from selected textbooks

Current magazine articles

Case study material

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Mündliche Prüfung

Präsentation

Projektbericht

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform



none

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

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

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

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0884 (Version 8.0) vom 02.05.2019

Modulkennung

22M0884

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Controlling und Finanzen (M.A.)

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundiertes Grundlagenwissen im Arbeitsrecht und Personalmanagement

Modulpromotor

Böhmer, Nicole

Lehrende

Böhmer, Nicole
Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

14	Vorlesungen
----	-------------

16	Übungen
----	---------

8	Prüfungen
---	-----------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

36	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

22	Referate
----	----------

26	Kleingruppen
----	--------------

28	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

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

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

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



Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolioprüfung umfasst insgesamt 100 Punkte. Diese setzen sich zusammen aus einem medialen Projektbericht und einer Hausarbeit (PME: 70 Punkte & HA 30 Punkte).

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

E-Business-Realisierung der elektronischen Wertschöpfungskette

E-Business-Realization of the electronic Value-Chain

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0877 (Version 8.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0877

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

1. eBusiness - Einführung

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

2. eProcurement

- Grundlagen des digitalisierten 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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen, wie interne und externe Geschäftsprozesse elektronisch abgewickelt werden können, wie durch eBusiness neue Geschäftsfelder entstehen und alte verändert und optimiert werden.

Sie 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.

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Einführung in die Thematik - Vorlesung
Vertiefung - Seminar
Fallstudien

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Modulpromotor

Schmidt, Andreas

Lehrende

Schmidt, Andreas
Bensberg, Frank

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std. Lehrtyp
Workload

45 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std. Lerntyp
Workload

105 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

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

Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen



Wertschöpfungskette. Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2008

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

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

Gesellschaft für Informatik e. V., Fachgruppe eCommerce

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

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

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

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

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.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Empirical Research Methods

Empirical Research Methods

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0601 (Version 17.0) vom 27.05.2019

Modulkennung

22M0601

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

The students know central principles of empirical research, terminology and conventions according to different major approaches.

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

none

Modulpromotor

Markovic-Bredthauer, Danijela

Lehrende

Faatz, Andreas

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

28	Vorlesungen
----	-------------

10	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

28	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

43	Hausarbeiten
----	--------------

23	Literaturstudium
----	------------------

18	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

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

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

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

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



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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig
Mündliche Prüfung
Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Hausarbeit (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

End-User Development mit Office-Anwendungen

End-User Development with Office Applications

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0876 (Version 10.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0876

Studiengänge

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

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Bensberg, Frank

Lehrende

Gerth, Christian

Bensberg, Frank

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.	Lehrtyp
Workload	

45 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
Workload	

80 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

25 Prüfungsvorbereitung

Literatur

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

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung



Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolioprüfung umfasst zwei Teileleistungen: Präsentation (PR) und Projektbericht schriftlich (PSC) mit insgesamt max. 100 Punkten.

Der Projektbericht wird mit 70 Punkten und die Präsentation mit 30 Punkten gewichtet.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Fusion, Sanierung und Development

Mergers, Reorganisation and Business Development

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0148 (Version 16.0) vom 10.05.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0148

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

Fusionen:

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

Sanierung:

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

Development:

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

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Übungen, Fallstudien, Präsentationen

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation, Leadership und Innovation

Modulpromotor

Kruth, Bernd-Joachim

Lehrende

Braun von Reinersdorff, Andrea

Holst, Hans-Ulrich

Kruth, Bernd-Joachim

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

26	Vorlesungen
----	-------------

12	betreute Kleingruppen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

25	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

52	Hausarbeiten
----	--------------

35	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

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

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

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

Hommel, U./Knecht, T.C./Wohlenberg, H. (Hrsg) (2017): Handbuch Unternehmensrestrukturierung/-sanierung: Grundlagen – Instrumente – Strategien, Wiesbaden

Müller, H-E./Rasche, C. (2013): Innovative Geschäftsmodelle, in WISU, 42. Jg., Heft 6, S. 805- 809.

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

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

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

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und umfasst eine K1 (50 Pkt.) und ein Referat (50 Pkt.).

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Global Economic Framework

Global Economic Framework

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0596 (Version 14.0) vom 28.04.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0596

Studiengänge

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

Business Management (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

Students combine economic and business analysis methods.

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, group work, individual presentation

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Mayer, Peter

Lehrende

Edling, Herbert

Hirata, Johannes

Mayer, Peter

Trabold, Harald

Skala, Martin

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

38 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

112 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

O'Brien, R. and Marc Williams (2016), Global Political Economy, London

Gilpin, R. (2001), Global Political Economy, Princeton University Press

Bairoch, P. (1995), Economics and World History, University of Chicago Press

Bhagwati, J. (2004), In Defense of Globalization, Oxford University Press

Stiglitz, J. (2017), Globalization and Its Discontents Revisited: Anti-Globalization in the Era of Trump, Penguin Books, London

Stiglitz, Joseph (2015), The Price of Inequality

Landes, D. (2002), The Wealth and Poverty of Nations, Abacus, London

IMF- World Economic Outlook

WTO: World Trade Report

UNCTAD: World Investment Report

IIE: Washington Consensus

Prüfungsleistung



Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolioprüfung besteht aus Hausarbeit und K1, die 50:50 gewichtet werden.

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Human Resource Management in Multinational Companies

Human Resource Management in Multinational Companies

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0377 (Version 10.0) vom 25.04.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0377

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

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

Leadership and motivation in multinational companies

Gender related issues of career and talent management.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

Students who successfully complete this module

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Basic overview: Human Resource Management and Legal Systems

Modulpromotor

Böhmer, Nicole

Lehrende

Böhmer, Nicole

Steinert, Carsten

Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

32	Vorlesungen
----	-------------

6	Übungen
---	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
---------------	---------

30	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

57	Hausarbeiten
----	--------------

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

Literatur

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

homework/2-hour written examination /portfolio-examination consisting of homework and 1-hour written examination adding to 100 points (K1: 50 points + HA: 50 points).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Innovation and Entrepreneurship

Innovation and Entrepreneurship

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0880 (Version 12.0) vom 22.03.2018. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0880

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Basic concepts, strategies and successfactors 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.

Lehrinhalte

Innovation Management

- o Success Factors for Innovations
- o Science based approaches to generate

Innovation Developments

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

Entrepreneurship: Implementation of Innovations

- o Lean Start up Method
- o Business Canvas
- o Business Cases

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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.

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

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



Können - systemische Kompetenz

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.

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

none

Modulpromotor

Mayer, Peter

Lehrende

Arnsfeld, Torsten

Mayer, Peter

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

38 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

82 Kleingruppen

30 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

The Lean Start UP by Eric Ries, 2011.

Business Model Generation, Osterwalder / Pigneur, 2010.

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig und Assignment

Assignment

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

BM/IBM: K1+Ass./Ass.

CFO: HA/K2/PFP

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus zwei Präsentationen sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Die zwei Präsentationen werden mit jeweils 25 Punkten gewichtet. Die abschließende Klausur (K1) wird bei der Berechnung der Endnote mit 50 Punkten gewichtet.



Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

International Business Law

International Business Law

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0394 (Version 9.0) vom 13.10.2021. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0394

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

This course familiarizes students with legal issues arising specifically in the context of international business transactions. Particular regard is given to international sales contracts.

Lehrinhalte

1. Overview over different legal systems
2. Law of conflicts
3. International sales law, in particular the CISG
4. INCOTERMS
5. Relevance of documents in international trade
6. Handling of transaction risks in international trade, e.g. through Letters of Credit
7. International dispute settlement

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

Students are able to apply their knowledge to practical cases, identify risks and make a legal assessment of the issues covered in this course.

Lehr-/Lernmethoden

Lecture, self-study, case-studies

Empfohlene Vorkenntnisse



Basic understanding of private law

Modulpromotor

Bachert, Patric

Lehrende

Miras, Antonio

Bachert, Patric

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

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

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

47	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

35	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

August/Mayer/Bixby, International Business Law

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

Schmitthoff, The Law and Practice of International Trade

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Bemerkung zur Prüfungsform

none

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch



International Corporate Finance

International Corporate Finance

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0484 (Version 7.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0484

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Lehrinhalte

Part 1: THE INTERNATIONAL FINANCIAL ENVIRONMENT.

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

Part 2: EXCHANGE RATE BEHAVIOR.

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

Part 3: EXCHANGE RATE RISK MANAGEMENT.

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

Part 4: LONG-TERM ASSET AND LIABILITY MANAGEMENT.

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures
Small group work
Presentation of group work
Case studies

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Seppelfricke, Peter

Lehrende



Seppelfricke, Peter

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

38 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

112 Veranstaltungsvor/-nachbereitung

Literatur

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

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Praxisbericht

Bemerkung zur Prüfungsform

2-hour written examination

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

International Economics and Business

International Economics and Business

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0904 (Version 15.0) vom 12.04.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0904

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

The module analyzes the (changing) roles of companies and countries in the global economy. The economics and business aspects are integrated into a holistic perspective. Future managers will be endowed with knowledge of how the global economy works, and with analytical skills strengthening their judgment on strategic decisions in internationally operating companies.

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

Students who have successfully completed this module can critically analyze complex questions of the world economy and discuss them with colleagues and consultants at a high level. They question the

political economy of dominant doctrines and media-propagated guidelines on economic governance in relation to the global economy.

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor level microeconomics and macroeconomics.
Basic knowledge in globalization.

Modulpromotor

Trabold, Harald

Lehrende

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

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

24	Vorlesungen
----	-------------

14	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Literaturstudium
----	------------------

30	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

22	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

Literatur

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

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolioprüfung besteht aus einer K1 und einem Referat. Gewichtung 50:50

Prüfungsanforderungen

Work on assigned exercises and case studies

Study of literature

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

International Marketing

International Marketing

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0602 (Version 8.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0602

Studiengänge

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

Niveaustufe

5

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students who successfully complete this module

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

Wissensvertiefung

Students who successfully complete this module

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

Können - instrumentale Kompetenz

Students who successfully complete this module

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

Können - kommunikative Kompetenz

Students who successfully complete this module

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

Können - systemische Kompetenz

Students who successfully complete this module

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, case studies, guest lectures, self-study

Empfohlene Vorkenntnisse



Basic knowledge in marketing

Modulpromotor

Roll, Oliver

Lehrende

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

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

26	Seminare
----	----------

13	betreute Kleingruppen
----	-----------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

42	Literaturstudium
----	------------------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

39	Fallstudien
----	-------------

Literatur

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

Heilmann, Thomas: Praxishandbuch Internationales Marketing, 2006

Diverse Harvard Case Studies

Prüfungsleistung

Klausur 1-stündig und Assignment

Klausur 2-stündig

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

1-hour examination + assignments/2-hour examination

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester



Lehrsprache

Englisch

IT and Information Management

IT and Information Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0605 (Version 11.0) vom 13.05.2019

Modulkennung

22M0605

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

The module introduces the tasks of information management that are necessary to ensure an effective and efficient supply of information within business organizations. In particular, concepts, methods and models of process and data management are covered. This includes, for example, techniques for the design and analysis of business processes (Business Process Management), for the modelling of business decision situations (Business Decision Management) and for the handling of structured data sources for the task of business reporting.

Lehrinhalte

1. Introduction and conceptual principles of information management
2. Business process management
3. Business process optimization
4. Data management
5. Advanced topics of information management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures and seminar teaching with project tasks for students.

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundamental principles of information systems and information processing

Modulpromotor

Bensberg, Frank

Lehrende

Schmidt, Andreas

Dallmüller, Klaus

Hübner, Ursula Hertha

Bensberg, Frank

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

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

Workload Dozentenungebunden

Std.	Lerntyp
------	---------

53	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

35	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

24	Literaturstudium
----	------------------

Literatur

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

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

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

Laudon KC, Laudon JP (2018) Management Information Systems – Managing the Digital Firm, 15th ed., Harlow.

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

Prüfungsleistung

Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung



Bemerkung zur Prüfungsform

The portfolio examination comprises two parts: a Presentation (PR) and a written project report (PSC) with a total of max. 100 points.
The project report is weighted with 70 points and the presentation with 30 points.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Konzeptentwicklung und Fallstudien zum Personalmanagement

Concept Development and Case Studies concerning Human Resource Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0300 (Version 13.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0300

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Sie unterscheiden verschiedene Handlungsalternativen und verteidigen die von ihnen präferierte.

Wissensvertiefung

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

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Personalpolitische Kooperations- und Konfrontationsstrategien, Personalentwicklung und Bildungsmanagement

Modulpromotor

Böhmer, Nicole

Lehrende

Böhmer, Nicole

Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

15 Vorlesungen

10 Übungen

10 betreute Kleingruppen

10 Seminare

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

30 Veranstaltungsvor/-nachbereitung

30 Literaturstudium

25 Kleingruppen

20 Referate

Literatur

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

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



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

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Hausarbeit

Fallstudie, schriftlich

Bemerkung zur Prüfungsform

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

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Leadership and Teambuilding

Leadership and Teambuilding

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0603 (Version 6.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0603

Studiengänge

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

Niveaustufe

5

Lehrinhalte

The module consists of two parts

I. Team-building (1st semester)

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

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

II. Leadership training (2nd semester)

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundamental principles of employee leadership (BA)

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Kumbruck, Christel

Reuter, Katja

von Papen, Jost

Schinnenburg, Heike

Steinkuhl, Claudia

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

26	Seminare
----	----------

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

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

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

74	Kleingruppen
----	--------------

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).

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

Laurie J.Mullins: Management and Organisational Behavior

Kriz, W./Nöbauer, B.: Teamkompetenz

Saul, Siegnar: Führen durch Kommunikation Weinheim1995

Harrison Owen: The Spirit of Leadership

Unbenotete Prüfungsleistung

Mündliche Prüfung und erfolgreiche Teilnahme

Bemerkung zur Prüfungsform

Oral examination and successful participation

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

Leadership und Innovation

Leadership and Innovation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0108 (Version 12.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0108

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Management in Nonprofit-Organisationen (M.A.)

Niveaustufe

4

Lehrinhalte

- 1 Einstieg
 - 1.1 Disruptive Innovationen
 - 1.2 Schlüsseltreiber für erfolgreiches Innovationsmanagement
- 2 Grundlagen des Innovationsmanagements
 - 2.1 Definition Innovation und Zielgrößen
 - 2.2 Innovationsprozesse
 - 2.3 Ideengenerierung
 - 2.4 Open Innovation und Crowdsourcing
 - 2.5 Design Thinking
- 3 Geschäftsmodellinnovationen
 - 3.1 Bedeutung und Notwendigkeit
 - 3.2 Business Model Navigator
- 4 Innovationsfördernde Organisationsformen
 - 4.1 Agiles Manifest
 - 4.2 Kennzeichen und Implementation agiler Organisationsformen
 - 4.3 Der Holocracy-Ansatz von Robertson
- 5 Agile Methoden im Innovationsmanagement
 - 5.1 Vor- und Nachteile agiler Projektmethoden
 - 5.2 Scrum-Projektmanagement
6. Leadership – Führung in agilen Organisationen
 - 3.1 Einfluss von Führung auf eine innovationsfördernde Unternehmenskultur
 - 3.2 Der Einfluss von Machtausübung auf Innovationen

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation

Modulpromotor

Steinert, Carsten

Lehrende

Schinnenburg, Heike

Steinert, Carsten

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

30 Vorlesungen

8 Übungen

5 betreute Kleingruppen

2 Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

35 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

20 Hausarbeiten

30 Prüfungsvorbereitung

20 Literaturstudium

Literatur



Bruch et. al: Leadership – Best Practices und Trends

Streich et. al.: Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt

Hausschild: Innovationsmanagement

Kotter: Leading Change

Kotter: On what leaders really do

Schröder/Sommerlatte: Innovationsführerschaft - Credo und Praxis

Stolzenberg: Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren

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

Vahs/Weiland: Workbook Change Management

Wentz: Die Innovationsmaschine

Witten et. al: Betriebliches Innovationsmanagement

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

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

Die schriftliche 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.

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Logistics´ Specials

Logistics´ Specials

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0875 (Version 10.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0875

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Gruppenarbeit, studentische Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

Business in International Supply Chains

Modulpromotor

Jacob, Axel

Lehrende

Schüller, Michael

Bruns-Vietor, Sabine

Freye, Diethardt

Jacob, Axel

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

33 Vorlesungen

6 Exkursionen

6 betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

40 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

21 Literaturstudium

44 Prüfungsvorbereitung

Literatur

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

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

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

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

Prüfungsleistung



Hausarbeit

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Managing for Sustainable Success - Business Ethics and Corporate Management

Managing for Sustainable Success - Business Ethics and Corporate Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0903 (Version 13.0) vom 22.05.2019

Modulkennung

22M0903

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

Part 1:

1.a. Ethical theories

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

1.b. Ethics in a market economy framework

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

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

- Information asymmetry and ethical problems
- Corporate governance code

1.d. Management approaches to address ethical challenges

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

Part 2:

2.a. Financial Management and Value Creation

2.b. Measuring Performance and Risk

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

On the Relevance of Incentive Systems

Part 3:

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

3.2. Case Studies: Reviews on Good and Bad Practices

How to obtain sustainable success – a field report

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

Students are able to apply ethical theories.

Können - kommunikative Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Lectures, discussions, role plays, group work

Empfohlene Vorkenntnisse

none

Modulpromotor

Mayer, Peter

Lehrende

Mayer, Peter

Holst, Hans-Ulrich

Hirata, Johannes

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

60	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

30	Hausarbeiten
----	--------------

30	Kleingruppen
----	--------------

Literatur

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

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

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



Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Dem Prüfer stehen zwei Portfolio-Prüfungen zur Wahl:

PFP-1 umfasst 100 Punkte und besteht aus einer HA, einer K0,5 und einer K1. Die K1 wird mit 50 Punkten gewichtet, die K0,5 sowie die HA werden jeweils mit 25 Punkten gewichtet.

PFP-2 umfasst 100 Punkte und besteht aus zwei Hausarbeiten (HA) und einer K1. Die K1 wird mit 50 Punkten gewichtet, die jeweilige HA wird mit 25 Punkten gewichtet.

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

Markenführung und Kommunikation

Brand Introduction and Communication

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0658 (Version 12.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0658

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

Sie verfügen über umfassendes Wissen über einzelne Facetten der Markenführung.

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Fallstudien, Selbststudium

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Marketingkenntnisse

Modulpromotor

Griese, Kai Michael

Lehrende

Griese, Kai Michael

Meyer, Ulrike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

35	Vorlesungen
----	-------------

10	individuelle Betreuung
----	------------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

105	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
-----	----------------------------------

Literatur

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

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

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

Aktuelle Artikel aus wissenschaftlichen Marketing- und Managementzeitschriften

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

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.

Prüfungsanforderungen

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

Dauer



1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Master Thesis

Master Thesis

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0689 (Version 9.0) vom 12.10.2017

Modulkennung

22M0689

Studiengänge

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

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

Dealing with a practically relevant topic independently and scientifically.

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

Students who have successfully studied this module, ...

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

Wissensvertiefung

Students who have successfully studied this module, ...

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

Können - instrumentale Kompetenz

Students who have successfully studied this module, ...

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

Können - kommunikative Kompetenz

Students who have successfully studied this module, ...

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

Können - systemische Kompetenz

Students who have successfully studied this module, ...

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

Lehr-/Lernmethoden



Analysis, synthesis, conclusions, recommendations, implementations

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Frie, Jan

Leistungspunkte

30

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

15 individuelle Betreuung

15 00000000-0000-0000-0000-000000000000

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

870 Prüfungsvorbereitung

Literatur

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

in current edition and literature relevant to the particular project

Prüfungsleistung

Studienabschlussarbeit und Kolloquium

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Wintersemester und Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch und Englisch

Operations Management

Operations Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0879 (Version 11.0) vom 02.05.2019

Modulkennung

22M0879

Studiengänge

Business Management (M.A.)

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

Controlling und Finanzen (M.A.)

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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.

Lehrinhalte

- 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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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).

Wissensvertiefung

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.

Können - instrumentale Kompetenz

Students are able to work confidently with operations management tools.

Können - kommunikative Kompetenz

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.

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Übung, seminaristische Vorlesung

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine

Modulpromotor

Halstrup, Dominik

Lehrende

Halstrup, Dominik

Frie, Jan

Hofmann, Kay Hendrik

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

10	Vorlesungen
----	-------------

28	Cases/Fallstudien/Übungen
----	---------------------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

82	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

Literatur

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

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

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



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

Prüfungsleistung

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Zwei alternative Portfolio-Prüfungen:

PFP-1 umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

PFP-2 umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Präsentation (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

Organisational Transformation Case Studies

Organisational Transformation Case Studies

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0881 (Version 11.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0881

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

The following topics are dealt with in case studies:

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

Students

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

Können - instrumentale Kompetenz

Students

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

Können - kommunikative Kompetenz

Students

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

Können - systemische Kompetenz

Students

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Knowledge of International Business, strategic management and management concepts.

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Schinnenburg, Heike

Böhmer, Nicole

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.

Workload

Lehrtyp

27 Seminare

14 Übungen

2 betreute Kleingruppen

2 Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std.

Workload

Lerntyp

40 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

16 Kleingruppen

32 Prüfungsvorbereitung

17 Literaturstudium

Literatur

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

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



Burnes, B. (2009): Managing Change

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung wird mit insgesamt 100 Punkten (=%) bewertet. Dazu gehört die Ausarbeitung einer Unternehmensfallstudie (50 Punkte) sowie ein Referat (50 P.)

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Personalentwicklung und Karrieremanagement

Human Resource Development and Career Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0873 (Version 11.0) vom 30.06.2021. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0873

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

Angesichts der Wissensgesellschaft und des Postulats "Lebenslanges Lernen" nimmt die Bedeutung der inner- und außerbetrieblichen Weiterbildung zu. Disruptive Innovationen, agile Methoden und digitale Tools erfordern neue Kompetenzen und Veränderungen von Prozessen. Diese schnellen Veränderungen in Unternehmen führen dazu, dass traditionelle Karrierewege nicht mehr garantiert werden können, was individuellere Lösungen für die Karriereplanung notwendig macht. Gleichzeitig steigen auch die Anforderungen, angesichts knapper Ressourcen Personalentwicklung professionell zu managen, bedarfsgerechter zu entwickeln und auch den Nutzen nachzuweisen. In diesem Kontext sind auch Genderspezifische Besonderheiten zu beachten. Zentrales Ziel dieses Moduls ist es daher, fachbezogene, methodische und soziale Kompetenzen zu entwickeln, um diese Herausforderungen in Unternehmen sowie Non-Profit-Organisationen zu meistern.

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

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

Wissensvertiefung

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

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

- können zu diesem Thema eine Forschungsfrage entwickeln und diese auf der Basis von wissenschaftlichen Studien und theoretischen Konzepten bearbeiten

- sind in der Lage, Konzepte und Methoden der Personalentwicklung - auch im internationalen Kontext - fundiert beurteilen zu können.

Können - instrumentale Kompetenz

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

- kennen nachhaltige Personalentwicklungskonzepte sowie Ideen zur Umsetzung und können diese auf Problemstellungen adäquat anwenden

- können im Bereich PE und Karrieremanagement konkrete Lösungsvorschläge entwickeln

Können - kommunikative Kompetenz

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

- können auf professionellem Niveau Fragestellungen der Personalentwicklung analysieren und diskutieren

- können eigene Forschungsergebnisse schriftlich sowie mündlich professionell darstellen

- können eigene Schlussfolgerungen bei komplexen Herausforderungen ziehen

Können - systemische Kompetenz

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

- können mit Ambiguität und Zielkonflikten in der beruflichen Personalentwicklung umgehen

- entwickeln Lösungsansätze und bedarfsgerechte Konzepte für Problemstellungen der Praxis

Lehr-/Lernmethoden

Seminar, Vorlesung, Diskussion, Gruppenarbeiten sowie Referate

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundiertes Grundlagenwissen im Personalmanagement

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Böhmer, Nicole

Schinnenburg, Heike

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

Workload Dozentenungebunden

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

Literatur

- Becker, M. (2013): Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis.
- Becker, M (2015): Personal- und Organisationsentwicklung in der Arbeitswelt 4.0. In: Schwuchow/Gutmann: PE – Themen Trends Best Practices 2016, S. 197-205
- Böhmer, N.; Schinnenburg, H. (2016): "How gender and career concepts impact Global Talent Management", Employee Relations, Special Issue global Talent Management. Vol. 38 Iss: 1, pp. 73 – 93.
- Collings, D. G. and Melahi, K. (2009), "Strategic talent management: A review and research agenda", Human Resource Management Review 19 (2009) 304 – 313.
- Mainiero, L.A. and Sullivan, S.E. (2005), "Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the "opt-out" revolution", Academy of Management Executive, Vol. 19, No. 1, pp. 106-123.
- Neuburger & Fiedler (2020): Zukunft der Arbeit – Implikationen und Herausforderungen durch autonome Informationssysteme. Schmalenbachs Z betriebswirtsch Forsch., 72:343-369.
- Schinnenburg, H., Küstermeyer, L., Fleischmann, F. (2021): Etablierung einer Shared Skill Economy. Kompetenzentwicklung mit Hilfe digitaler Plattformen. zfo, 90/03, S. 153-158.
- Schinnenburg, H. & Böhmer, N. (2021). Talent Management and Gender Influences - A Discussion of Gender Sensitive Talent Management. In Ibraiz Tarique (Ed.), Contemporary Talent Management: A Research Companion (1st edition), Ch. 5. Routledge: NY, New York
- Schinnenburg, H. and Adam, S. (2013), "Warum Mütter sich (nicht) für Führungspositionen entscheiden – und was Unternehmen beeinflussen können", Göke, M. and Heupel, Th. (Eds.), Wirtschaftliche Implikationen des demografischen Wandels. Herausforderungen und Lösungsansätze, Springer Gabler, Wiesbaden, pp. 349-366.

Sowie weitere aktuelle Artikel und Ergänzungen

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform



Portfolio-Prüfung mit insgesamt 100 Punkten: Hausarbeit (50 Punkte); K1 (50 P.)

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Product and Innovation Management

Product and Innovation Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0139 (Version 10.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0139

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Fallstudien, Selbststudium, Gastvorträge

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundlegende Marketingkenntnisse

Modulpromotor

Röll, Oliver

Lehrende

Eggers, Sabine

Franke, Jürgen

Griese, Kai Michael

Wolf, Alexander Karsten

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

35 Vorlesungen

10 betreute Kleingruppen

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

70 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

21 Prüfungsvorbereitung

14 Literaturstudium

Literatur

Tidd/Bessant: Managing Innovation: Integrating Technological, Market And Organizational Change, 3rd edition, 2015

Clayton M. Christensen: The Innovator' s Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail (Management of Innovation and Change), Harvard Business Review Press, 2016

Aktuelle Artikel aus Marketing- und Managementzeitschriften

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

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.



Prüfungsanforderungen

Vertiefte Kenntnisse zu einzelnen Phasen des Produkt- und Innovationsmanagements

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch und Englisch

Risikomanagement

Risk Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0145 (Version 14.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0145

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Lehr-/Lernmethoden

Vorlesung, Studentische Präsentationen, Fallstudien, Übungen

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Arnsfeld, Torsten

Lehrende

Arnsfeld, Torsten

Lepelmeier, Dirk

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

35	Vorlesungen
----	-------------

10	Übungen
----	---------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

40	Literaturstudium
----	------------------

30	Prüfungsvorbereitung
----	----------------------

35	Veranstaltungsvor/-nachbereitung
----	----------------------------------

Literatur

Gleißner, Grundlagen des Risikomanagements, 3. Auflage

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

Burger, A.: Risiko Controlling

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

Campenhausen, C.: Risikomanagement. Zürich (Füssli)

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Referat

Bemerkung zur Prüfungsform

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 200 Punkte und setzt sich aus einem Referat sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Das Referat und die Klausur (K1) werden jeweils mit 100 Punkten gewichtet.

Prüfungsanforderungen



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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Deutsch

Strategic Management

Strategic Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0604 (Version 12.0) vom 02.05.2019

Modulkennung

22M0604

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

1. A strategy as such and the strategy in particular

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

2. Forces having an impact

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

3. Contexts of strategic planning, processes and implementation

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

3.1 Turnaround / change management, innovation management, internationalization

3.2 Project-oriented development and implementation of business strategies

4. Summary assessment of strategic management

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

Students who have completed the module successfully can;

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

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

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

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

Können - instrumentale Kompetenz

Students who have completed the module successfully can;

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

Können - kommunikative Kompetenz

Students who have completed the module successfully can;

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

Können - systemische Kompetenz

Students who have completed the module successfully can;

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Lehrende

Halstrup, Dominik

Kaur-Lahrmann, Ravinder

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload Lehrtyp

38 Vorlesungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload Lerntyp

112 Veranstaltungsvor-/nachbereitung

Literatur

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

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

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

Prüfungsleistung



Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

Zwei alternative Portfolio-Prüfungen:

PFP-1 umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (50 Punkte) und einer einstündigen Klausur (50 Punkte).

PFP-2 umfasst 100 Punkte und besteht aus einem Referat (60 Punkte) und einer einstündigen Klausur (40 Punkte).

1-hour written examination/presentation

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Sommersemester

Lehrsprache

Englisch

Strategien und Implementation

Strategies and Implementation

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0096 (Version 13.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0096

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

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.

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

Die Studierenden erweitern ihre methodischen und analytischen Kompetenzen durch die Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien und verstehen, welche Rolle Führungskräfte bei der Umsetzung von Changeprojekten spielen. Für typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen können sie

Lösungsmöglichkeiten erarbeiten, die strategische Überlegungen genauso berücksichtigen wie die wertebasierte Seite, um zu nachhaltigen Ergebnissen für die Zukunft zu kommen.

Können - kommunikative Kompetenz

Die Studierenden

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

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

Modulpromotor

Schinnenburg, Heike

Lehrende

Schinnenburg, Heike

Steinert, Carsten

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

Std.
Workload

Lehrtyp

25 Seminare

10 Übungen

5 betreute Kleingruppen

5 Prüfungen

Workload Dozentenungebunden

Std.
Workload

Lerntyp

41 Veranstaltungsvor/-nachbereitung

18 Kleingruppen

30 Prüfungsvorbereitung

16 Literaturstudium

Literatur

Burnes, B. (2009): Managing Change.

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

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.

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

Sowie weitere aktuelle Artikel

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Portfolio Prüfung

Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsform

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

Prüfungsanforderungen

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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch

Value Chain Management

Value Chain Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0905 (Version 15.0) vom 08.05.2019. Genehmigungsstatus: ausstehend.

Modulkennung

22M0905

Studiengänge

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

Niveaustufe

4

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Können - instrumentale Kompetenz

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

Können - kommunikative Kompetenz

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

Können - systemische Kompetenz

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

Lehr-/Lernmethoden

lecture, presentation, group studies

Empfohlene Vorkenntnisse

none

Modulpromotor

Freye, Diethardt

Lehrende

Freye, Diethardt

Schüller, Michael

Bruns-Vietor, Sabine

Jacob, Axel

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

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

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

25	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

12	Literaturstudium
----	------------------

75	Hausarbeiten
----	--------------

Literatur

Basic readings:

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

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

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

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

Articles & Cases:

Fisher M L: What Is the Right Supply Chain for Your Product, Harvard Business Review, March/April 1997, p.105-116



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

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

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Hausarbeit

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

none

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Englisch

Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Sales and Cooperation Management

Fakultät / Institut: Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Modul 22M0367 (Version 9.0) vom 05.04.2022

Modulkennung

22M0367

Studiengänge

Business Management (M.A.)

Controlling und Finanzen (M.A.)

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

Niveaustufe

5

Kurzbeschreibung

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

Lehrinhalte

I. Grundlagen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement

II. Vertriebsmanagement

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

III. Kooperationsmanagement

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

Lernergebnisse / Kompetenzziele

Wissensverbreiterung

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

Wissensvertiefung

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

Lehr-/Lernmethoden

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

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse im Marketing

Modulpromotor

Franke, Jürgen

Lehrende

Eggers, Sabine

Franke, Jürgen

Griese, Kai Michael

Roll, Oliver

Leistungspunkte

5

Lehr-/Lernkonzept

Workload Dozentengebunden

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

45	Vorlesungen
----	-------------

Workload Dozentenungebunden

Std. Workload	Lerntyp
------------------	---------

41	Veranstaltungsvor-/nachbereitung
----	----------------------------------

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

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

Literatur

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

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

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

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

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

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

Prüfungsleistung

Klausur 2-stündig

Referat

Portfolio Prüfung

Bemerkung zur Prüfungsform

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.

Prüfungsanforderungen



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

Dauer

1 Semester

Angebotsfrequenz

Nur Wintersemester

Lehrsprache

Deutsch