

MODULHANDBUCH

für den Studiengang

GENERAL MANAGEMENT (MBA)

2 SEMESTER (VOLLZEIT), 3 SEMESTER (TEILZEIT)

**INU - INNOVATIVE UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES**

Fachbereich Management, Technology & Psychology

Inhaltsverzeichnis

1	Struktureller Aufbau des Studiengangs	2
2	Einführung zum selbstorganisierten Lernen	5
2.1	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)	5
3	Management Functions	7
3.1	Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)	7
3.2	Global Marketing and Sales (2.0021.0.01)	9
3.3	Global Human Resource Management (2.0023.0.01)	11
3.4	International Finance (2.0001.0.01)	13
3.5	Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)	15
3.6	Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)	17
4	Interdisciplinary & Soft Skills	19
4.1	Business Law (2.0032.0.01)	19
4.2	Digital Transformation and Change Management (2.0037.0.01)	21
5	Methodological Skills	23
5.1	Research Methods for Business (2.0008.0.01)	23
6	Master's Examination	25
6.1	Master's Thesis (2.0033.0.01)	25

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Studienverlaufsplan des 2-semesterigen Vollzeitmodells	3
Tabelle 2: Studienverlaufsplan des 3-semesterigen Teilzeitmodells	4

1 Struktureller Aufbau des Studiengangs

Das Curriculum des Studiengangs General Management (MBA) umfasst insgesamt zehn Module und ist in folgende Themengebiete unterteilt:

- **Themengebiet Management Functions**
 - Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)
 - Global Marketing & Sales (2.0021.0.01)
 - Global Human Resource Management (2.0023.0.01)
 - International Finance (2.0001.0.01)
 - Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)
 - Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)
- **Themengebiet Interdisciplinary & Soft Skills**
 - Business Law (2.0032.0.01)
 - Digital Transformation & Change Management (2.0037.0.01)
- **Themengebiet Methodological Skills**
 - Research Methods for Business (2.0008.0.01)
- **Themengebiet Master's Examination**
 - Master's Thesis (2.0033.0.01)

Die Verteilung der Module über den Studienverlauf kann den folgenden Studienverlaufsplänen entnommen werden.

Die in den Modulbeschreibungen genannten Prüfungsformen stellen Regelprüfungsformen dar. Zur Gewährleistung einer an den Lernzielen orientierten und kompetenzorientierten Prüfung kann die konkrete Prüfungsform semesterweise angepasst werden; sie wird zu Beginn der jeweiligen Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

1. Struktureller Aufbau des Studiengangs

2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)



Studienverlaufsplan des 2-semesterigen Vollzeitmodells

General Management (MBA) - Vollzeit								INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES				
Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester		SWS im Semester		Workload (in Zeitstunden)			Modultyp ¹⁾	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits	Verbund ²⁾	
		1	2	1	2	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit - angeleitetes Selbststudium	Selbststudium		Prüfungsformen		
Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen **)												
1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen			1					A	-	alle Studiengänge	
Themengebiet: Management Functions												
2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment	5		4		14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
2.0021.0.01	Global Marketing & Sales	5		4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	IBM	
2.0023.0.01	Global Human Resource Management	5		4		14	42	69	P	Präsentation und Handout	IBM	
2.0001.0.01	International Finance		5		4	14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	DBM, IBM	
2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics		5		4	14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
2.0040.0.01	Entrepreneurship & Business Development with AI		5		4	14	42	69	P	Case Study	M&AI	
Themengebiet: Interdisciplinary & Soft Skills												
2.0032.0.01	Business Law	5		4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0037.0.01	Digital Transformation & Change Management	5		4		14	42	69	P	Case Study	M&AI	
Themengebiet: Methodological Skills												
2.0008.0.01	Research Methods for Business	5		4		14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
Themengebiet: Master's Examination												
2.0033.0.01	Master's Thesis		15		0	0	0	375	P	Abschlussarbeit	-	
Summe ECTS-Punkte / SWS Je Semester		30	30	24	12							
Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt		60		36								
Summe Workload					126			378	996			
								1500				

1) Legende	
Verbund-Studiengänge	
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
GM	General Management (MBA)
M&AI	Management & AI (MBA)
Modultyp	
P	Pflichtmodul
A	Außercurriculares optionales Modul

**** Hinweis:**
Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen ist ein optionales, außercurriculares Modul, das sich vor Beginn des Vorlesungszeitraums an Studienanfängerinnen und -anfänger richtet und Kenntnisse über die im Studium zu verwendenden Online-Systeme sowie Methoden zur Selbstorganisation vermittelt.

Tabelle 1: Studienverlaufsplan des 2-semesterigen Vollzeitmodells

1. Struktureller Aufbau des Studiengangs

2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außerrcurricular)



Studienverlaufsplan des 3-semesterigen Teilzeitmodells

General Management (MBA) - Teilzeit										INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES				
Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte Im Semester			SWS Im Semester			Workload (In Zeitstunden)			Modultyp ^{*)}	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits Prüfungsformen	Verbund ^{†)}	
		1	2	3	1	2	3	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit - angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen (**)														
1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen				1							A	-	alle Studiengänge
Themengebiet: Management Functions														
2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment	5			4			14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
2.0021.0.01	Global Marketing & Sales	5			4			14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	IBM	
2.0023.0.01	Global Human Resource Management	5			4			14	42	69	P	Präsentation und Handout	IBM	
2.0001.0.01	International Finance		5			4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	DBM, IBM	
2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics		5			4		14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
2.0040.0.01	Entrepreneurship & Business Development with AI			5			4	14	42	69	P	Case Study	M&AI	
Themengebiet: Interdisciplinary & Soft Skills														
2.0032.0.01	Business Law		5			4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0037.0.01	Digital Transformation & Change Management		5			4		14	42	69	P	Case Study	M&AI	
Themengebiet: Methodological Skills														
2.0008.0.01	Research Methods for Business	5			4			14	42	69	P	Hausarbeit	DBM, IBM	
Themengebiet: Master's Examination														
2.0033.0.01	Master's Thesis			15			0	0	0	375	P	Abschlussarbeit	-	
Summe ECTS-Punkte / SWS je Semester		20	20	20	16	16	4							
Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt		60			36									
Summe Workload								126	378	996	1500			

*) Legende	
Verbund-Studiengänge	
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
GM	General Management (MBA)
M&AI	Management & AI (MBA)
Modultyp	
P	Pflichtmodul
A	Außerrcurriculares optionales Modul

**) Hinweis:
Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen ist ein optionales, außerrcurriculares Modul, das sich vor Beginn des Vorlesungszeitraums an Studienanfängerinnen und -anfänger richtet und Kenntnisse über die im Studium zu verwendenden Online-Systeme sowie Methoden zur Selbstorganisation vermittelt.

Tabelle 2: Studienverlaufsplan des 3-semesterigen Teilzeitmodells

2 Einführung zum selbstorganisierten Lernen

2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
1.0001.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
- h	0	1	- h	- h		- h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular) (1 SWS) Hinweis: Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular) findet vor Beginn der regulären Vorlesungszeiten der sonstigen curricularen Inhalte für Studierende, die das Studium beginnen, statt, um den Studierenden die vielfältigen Möglichkeiten der verwendeten Onlinesysteme zu präsentieren. Ferner sollen Sie einen Überblick über Kommunikationsinstrumente zu anderen Studierenden bzw. zu Dozierenden erhalten und mit Methoden des selbstorganisierten Lernens vertraut gemacht werden.						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ... sich auf den Online-Systemen der INU – Innovative University of Applied Sciences anzumelden und die Funktionalitäten zu verstehen und anzuwenden, ... für sich selbst ein adäquates Selbst- und Zeitmanagement zu entwickeln, ... verschiedene Lern- und Arbeitstechniken anzuwenden und die digitalen Medien zur Kommunikation, Kollaboration und Organisation anzuwenden, ... sich mit Kommilitonen und Kommilitoninnen zur Bildung von Lerngruppen zu vernetzen, ... digital mit Professoren und Professorinnen in Kontakt zu treten und verschiedene interaktive Kommunikationskanäle zu nutzen, ... ihre eigene Lernplanung für ihr Studium zu erstellen und Lernstrategien zu reflektieren und Anpassungen vorzunehmen, ... Tools der Lernplattform und digitale Werkzeuge zur Kommunikation und zur Zusammenarbeit untereinander zu nutzen und daraus ableitend Konzepte für die onlinebezogene Kommunikation im Berufsleben einzuschätzen und bewerten zu können, ... studienrelevante Verwaltungsvorgänge digital mit den Online-Systemen durchzuführen sowie ... an Online-Tests zur Erfolgskontrolle teilzunehmen.						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> • Virtuelle Lernprozesse - eine Einführung • Online-Systeme der INU • Online-Studium und Lernprojekte - Wissensmanagement • Fokussierung auf das Lernen • Kommunikation 						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en) keine						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Es werden keine ECTS-Punkte vergeben.						

2. Einführung zum selbstorganisierten Lernen

2.1 Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)

8	Stellenwert der Note für die Endnote Das Modul geht nicht in die Bewertung der Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Bensberg, G. (2014): Dein Weg zum Prüfungserfolg: Angstfrei durchs Studium: Auswahlverfahren, Referate, Prüfungen, Bewerbungen, 1. Aufl., Berlin.• Koeder, K. W. (2019): Studieren lernen: Selbstmanagement für Studienanfänger, 6. Aufl., München.• Metzsig, W./Schuster, M. (2016): Lernen zu lernen: Lernstrategien wirkungsvoll einsetzen, 9. Aufl., Heidelberg.• Seidl, T./Seidl, S. (2022): Selbstmanagement im Studium: Für Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften, 1. Aufl., Wiesbaden.

3 Management Functions

3.1 Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0004.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... erkennen die Studierenden verschiedene Perspektiven und Treiber der Unternehmensentwicklung. ... verstehen die Studierenden unterschiedliche Erklärungsansätze zur strategischen Positionierung. ... differenzieren die Studierenden unterschiedliche Formen der Strategieentwicklung. ... wenden die Studierenden die angeeigneten Werkzeuge und Konzepte auf konkrete Fallbeispiele aus der Praxis an. ... verfügen die Studierenden über ein vertieftes Verständnis der betriebswirtschaftlichen nachhaltigen Unternehmensführung und über die Grundlagen des Wettbewerbsprozesses sowie der Wettbewerbsdynamik. ... sind die Studierenden in der Lage, die Rolle und Bedeutung des strategischen Managements in den Kontext der internationalen Betriebswirtschaftslehre und der Unternehmensführung einzuordnen. ... wenden die Studierenden theoretische Erkenntnisse auf praktische Fallstudien und Branchenkontexte an. 						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Strategisches Management Modelle der Unternehmensentwicklung Strategische Positionierung Strategieprozesse Fusionen und Akquisitionen (M&A) Organisationaler Personalabbau (Downsizing) Disruptive Innovation Analyse von Fallstudien global tätiger Unternehmen 						
4	Lehrform(en)						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en)						
	Hausarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Lasserre, P./Monteiro, F. (2023): Global Strategic Management, 5th edition, Bloomsbury Academic, London. • David, F./David, F./David, M. (2023): Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases, 17th edition, Pearson, Harlow. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Bromiley, P./Rau, D. (2022): Some Problems in using prospect theory to explain strategic management issues. In: Academy of Management Perspectives. Feb2022, Vol. 36 Issue 1, p125-141. • Dess, G.C./Lumpkin, G.T./Eisner, A.B. (2013): Strategic Management: Creating Competitive Advantages, 7th edition, McGraw Hill Higher Education, New York. • Taneja, S./Atinc, Y./Pryor, M. (2023): Redefining Strategic Management: The Alignment and Implementation Perspective. Journal of Accounting, Business & Management. Oct2023, Vol. 30 Issue 2, p19-26. • Teece, D. J. (2023): Big Tech and Strategic Management: How Management Scholars Can Inform Competition Policy. In: Academy of Management Perspectives. Feb2023, Vol. 37 Issue 1, p1-15. • Wan, J./Wang, L./Saade, R. (2022): Empirical Analysis of Strategic Management in Inter-Governmental Organization. In: Administrative Sciences (2076-3387). Sep2022, Vol. 12 Issue 3. • Wunder, T. (2023): Essentials of Strategic Management: Effective Formulation and Execution of Strategy in the Era of Sustainability, 2nd edition, Schaeffer-Poeschel, Stuttgart. Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

3.2 Global Marketing and Sales (2.0021.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0021.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Global Marketing and Sales (2.0021.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... kennen die Studierenden die Besonderheiten von Marketing und Vertriebsaktivitäten im globalen Kontext und den Einfluss kultureller, politischer, rechtlicher und ökonomischer Unterschiede auf das internationale Marketing. ... berücksichtigen die Studierenden die sozialen Umwelten verschiedener Zielgruppen bei der Auswahl und Ansprache der Märkte. ... sind sich die Studierenden den Herausforderungen beim Zusammentreffen von Stakeholdern aus verschiedenen Kulturkreisen und/oder Nationen bewusst und können diese managen. ... sind die Studierenden in der Lage, die Möglichkeiten der Expansion in globale Märkte zu identifizieren und zu bewerten. ... können die Studierenden globale Marketingstrategien und -programme für den Markteintritt und zur Etablierung entwickeln. ... können die Studierenden Marketingmaßnahmen an die Ansprüche und Bedingungen spezifischer Märkte anpassen. ... sind die Studierenden in der Lage, einen Marketingprozess nachvollziehbar in Form eines wissenschaftlichen Posters präsentieren. ... können die Studierenden ihr Wissen über Marketingkonzepte auf aktuelle Fallbeispiele/Unternehmenssituationen anwenden. 						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Chancen und Herausforderungen im globalen Marketing und Vertrieb Globale Marketingstrategien Markteintrittsstrategien Umgebungen des globalen Marketings Aktuelle Fallstudien 						
4	Lehrform(en)						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en)						
	Posterpräsentation (1 DIN A0 Poster) mit Diskussion im Umfang von 10 Minuten.						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Posterpräsentation (1 DIN A0 Poster) und einer Diskussion im Umfang von 10 Minuten ab. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Posterpräsentation und der Diskussion mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Zhukov, S./Diugowanets, O. (2020): Multinational Corporations' International Marketing in the Focus of Global Regionalization Process. In: Virtual Economics, Vol 3, Iss 4, Pp 188-210. • Lammenett, E. (2021): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO. Wiesbaden. • Nazari, F./Najafi, S./Shahsavari, F. (2020): Drawing a Structural Model by the Most Effective Components on Optimal Global Marketing. In: Brazilian Journal of Operations & Production Management, Vol 17, Iss 1. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Albaum, G./Duerr, E./Josiassen, A. (2016): International Marketing and Export Management, 8th edition, Pearson, Harlow. • Keegan, W. J./Green, M. C. (2017): Global Marketing Management, 9th edition, Pearson, Harlow. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

3.3 Global Human Resource Management (2.0023.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0023.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Global Human Resource Management (2.0023.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... haben die Studierenden einen Überblick über die Personalmanagement betreffenden Bedingungen verschiedener Arbeitsmärkte. ... kennen die Studierenden die Funktionen und die Besonderheiten der Prozesse im Personalmanagement im globalen Kontext. ... sind die Studierenden in der Lage, geeignete Personalstrategien auszuwählen und aktuelle Trends, Entwicklungen und Herausforderungen zu erkennen und Anpassungsmaßnahmen einzuleiten. ... verstehen die Studierenden den Einfluss kultureller und eigenschaftsbezogener Unterschiede in der Personalzusammensetzung auf den Erfolg von Personalpraktiken und können diese managen. ... können die Studierenden, konfrontiert mit aktuellen Herausforderungen, Handlungsempfehlungen für das Personalmanagement im Hinblick auf mitarbeiterbezogene Entscheidungen und den Unternehmenserfolg erarbeiten. 						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Funktionen des globalen Personalmanagements Globale Arbeitsmärkte: Ein Überblick (z. B. starre vs. dynamische Märkte, veränderte Branchen, Schwellen- und Entwicklungsländer, soziodemografische Fakten) Prozesse im globalen Personalmanagement Einflussfaktoren auf die Prozesse im globalen Personalmanagement Kommunikation etc.) Führungsstrategien im globalen Personalmanagement Dynamik und Ausrichtung von Personalmanagementsystemen Einfluss globaler Personalpraktiken auf den Unternehmenserfolg 						
4	Lehrform(en)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en)						
	Präsentation und Handout						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten, das Handout hat einen Umfang von 3 Seiten. Eine Durchführung als Gruppenarbeit ist möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Brewster, C./Houldsworth, E./Sparrow, P./Vernon, G. (2016): International Human Resource Management, CIPD, London.• Harzing, A.-W./Pinnington, A. H. (2015): International Human Resource Management, 4th edition, Sage, London. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none">• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben..

3.4 International Finance (2.0001.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0001.0.01		1 Semester		2	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> International Finance (2.0001.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... beherrschen die Studierenden Konzepte der Unternehmensfinanzierung, insbesondere im internationalen Kontext. ... besitzen die Studierenden ein umfassendes Wissen über die Bewertung von Finanzierungs- und Investitionsentscheidungen und können die Instrumente praxisorientiert anwenden. ... können die Studierenden ihre Kenntnisse bekannter Kapitalmarktmodelle und -theorien bei Finanzierungsentscheidungen anwenden. ... sind die Studierenden befähigt, Konzepte und Theorien zur Finanzierung aus Sicht der Unternehmen unter besonderer Berücksichtigung von Risikoaspekten, sowohl bei der Finanzierung am Kapitalmarkt als auch für Private Equity finanzierte Wachstumsunternehmen zu erklären und anzuwenden. 						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Finanzwirtschaft der Unternehmung Management der Vermögensstruktur Wertpapiergeschäfte Alternativen der Kapitalaufbringung Technologien und Innovationen im Finanzwesen Finanzplanung und Working Capital Management 						
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.</p>						
6	Prüfungsform(en) <p>Klausur (75 Minuten)</p>						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>						
8	Stellenwert der Note für die Endnote <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>						
9	Modulverantwortlicher <p>Siehe Studienverlaufsplan.</p>						
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> Madura, J./Fox, R. (2023): International Financial Management, 6th edition Cengage Learning, London. 						

- Eiteman, D./ Stonehill, A./ Moffett, M. 8. (2024): Multinational Business Finance, 16th edition, Pearson, Harlow.

Weiterführende Literatur

- Hull, J. (2023): Risk Management and Financial Institutions, 6th edition, Wiley, New Jersey.
- Brealey, R./Myers, S./Allen, F. (2023): Principles of Corporate Finance ISE, 14th edition, McGraw-Hill, New York.
- Baker, K./ Filbeck, G./ Barkley, T. (2023): Working Capital Management – Concepts and Strategies, World Scientific, Singapore.
- Coles, J. L./Li, Z. F. (2023): An Empirical Assessment of Empirical Corporate Finance. In: Journal of Financial & Quantitative Analysis. Jun2023, Vol. 58 Issue 4, p1391-1430.
- Dehejia, R./Gupta, N. (2022): Financial Development and Micro-Entrepreneurship. In: Journal of Financial & Quantitative Analysis. Aug 2022, Vol. 57 Issue 5, p1834-1861.
- Swain, K. R. (2022): Lessons in Corporate Finance -- A Case Studies Approach to Financial Tools, Financial Policies, and Valuation. In: South Asian Journal of Management. Oct-Dec2022, Vol. 29 Issue 4, p203-206.
- Gao, X./ Jia, Y./ Li, S. (2020): Does Mandatory Disclosure of Internal Control Weaknesses Affect Corporate Financing Decisions? In: Journal of Accounting, Auditing & Finance. Jul2020, Vol. 35 Issue 3, p581-606.
- Zusätzlich: Ausgewählte aktuelle Fallstudien.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

3.5 Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0006.0.01		1 Semester		2	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... können die Studierenden verschiedene Theorien über die Beziehungen zwischen Unternehmen und deren Stakeholdern analysieren und deren Auswirkungen auf unternehmerische Aktivitäten definieren. ... entwickeln und begründen die Studierenden wirksame Konzepte zur Stärkung ethischen Verhaltens in Unternehmen. ... identifizieren die Studierenden ihre gesellschaftliche und ökonomische Verantwortung als Akteure in Unternehmen und in anderen Bereichen der Wirtschaft. ... haben die Studierenden vertiefte Kenntnisse über philosophische Perspektiven und ethische Debatten zu wirtschaftlichem und unternehmerischem Handeln erworben. ... sind die Studierenden in der Lage, unternehmerisches Handeln und unternehmerische Verantwortung aus einer Außen- und Innensicht des Unternehmens zu erklären und mit Hilfe wissenschaftlicher Ansätze zu bewerten. ... identifizieren die Studierenden Bereiche, in denen die eigenen Führungskompetenzen erweitert werden können. ... sind die Studierenden befähigt, die Annahmen, Voraussetzungen und Werte, die jeder in komplexe Geschäfte einbringt, kritisch zu hinterfragen. ... erkennen die Studierenden wirtschaftsethische Probleme der Individual-, Unternehmens- und Ordnungsethik und analysieren sie anhand klassischer Theorien der Unternehmensethik. ... sind die Studierenden in der Lage, die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen vor dem Hintergrund der Rolle als sozialpolitischer Träger zu diskutieren und kritisch zu hinterfragen. ... können die Studierenden über aktuelle wirtschaftsethische Themen (z. B. zu Globalisierung, Nachhaltigkeit, Verantwortung von Unternehmen, Vergütungssysteme) informiert diskutieren und Stellung nehmen. ... können die Studierenden den jeweiligen Stand der unternehmerischen ethischen Diskussion in die gesellschaftlichen Erwartungen einordnen und die daraus resultierenden Aufgaben eines unternehmerischen Wandels formulieren. 						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Praktische Philosophie Individuethik in der Wirtschaft Unternehmensethik Ordnungsethik Anwendungsbereiche der Wirtschaftsethik Konfliktbereiche in Governance und Ethik Führung und Führungspersönlichkeit Praktische Anwendungen und Fallstudien 						
4	Lehrform(en)						
	Synchrone Kontaktzeit:	Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.					
	Asynchrone Kontaktzeit:	Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.					
	Selbststudium:	Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.					
	Lehrsprache:	Deutsch					
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						

6	Prüfungsform(en) Hausarbeit
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Ferrell, O./ Fraedrich, J. (2021): Business Ethics, Cengage Learning, Boston. • Ciulla, J. B. (2020): The Search for Ethics in Leadership, Business, and Beyond, Springer, Cham. • Rezaee, Z./ Fogarty, T. (2019): Business Sustainability, Corporate Governance, and Organizational Ethics Wiley, Hoboken. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Amal, A./Bernd, V. (2023): Knowing but Not Enacting Leadership: Navigating the Leadership Knowing–Doing Gap in Leveraging Leadership Development. In: Academy of Management Learning & Education. Sep2023, Vol. 22 Issue 3, p507-530. 24p. 2 Diagrams, 2 Charts. • Becker, C. (2024): Business Ethics: Methods, Theories, and Application, 2nd edition, Routledge, London. • Kotter, J. P. (2012): Leading Change – with a new preface by the author, Harvard Business School Press, Boston. • Pless, N./ Maak, T. (2021): Responsible Leadership, 2nd edition, Routledge, London. • Csikszentmihalyi, M. (2004): Good Business: Leadership, Flow, and the Making of Meaning, Penguin, New York. • Tricker, B. (2023): Corporate Governance: Principles, Policies and Practices, 4th. edition, Oxford University Press, Oxford. • Hildebrand, C./Baumgarten, J./Madhavan, M. (2024): How CEOs Build Confidence in Their Leadership. In: Harvard Business Review. Jul/Aug2024, Vol. 102 Issue 4, p52-56. • Knight, R. (2024): 6 Common Leadership Styles - and How to Decide Which to Use When. In: Harvard Business Review Digital Articles. 4/9/2024, p1-8. • Porkodi, S. (2024): The effectiveness of agile leadership in practice: A comprehensive meta-analysis of empirical studies on organizational outcomes. In: Journal of Entrepreneurship, Management & Innovation. 2024, Vol. 20 Issue 2, p117-138. • Quinn, R./Crane, B./Thompson, T. (2024): Why Real-Time Leadership Is So Hard. In: Harvard Business Review. Jan/Feb2024, Vol. 102 Issue 1, p56-59. 4p. • Volk, S./Waldman, D. A./Barnes, C. M. (2023): A Circadian Theory of Paradoxical Leadership. In: Academy of Management Review. Oct2023, Vol. 48 Issue 4, p611-638. Hinweise auf multimedial gestützte Lehr- und Lernprogramme <ul style="list-style-type: none"> • Ethics Unwrapped: University of Texas at Austin, available here: http://ethicsunwrapped.utexas.edu/series/cases-unwrapped. • Justice with Michael Sandel: Harvard University, available here: http://www.justiceharvard.org/

3.6 Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0040.0.01		1 Semester		2	3	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... AI-gestützte Geschäftsmodelle zu analysieren, zu entwickeln und zu bewerten, um unternehmerische Chancen zu identifizieren und wirtschaftlich nutzbar zu machen. ... AI in der Unternehmensgründung und im Business Development strategisch einzusetzen, um Wettbewerbsvorteile zu generieren. ... Innovationsstrategien und Marktanalysen mit AI-gestützten Methoden durchzuführen, um datenbasierte Entscheidungsgrundlagen für neue Geschäftsmodelle zu schaffen. ... AI-Technologien für die Automatisierung, Effizienzsteigerung und Skalierung von Startups und Unternehmen gezielt einzusetzen. ... datengetriebene Geschäftsentscheidungen für die Unternehmensentwicklung zu treffen und Predictive Analytics für die Unternehmensentwicklung zu nutzen. ... die Vor- und Nachteile von Startup-Finanzierungsmöglichkeiten zu bewerten. 						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen des AI-gestützten Unternehmertums Business Model Innovation mit AI AI-gestützte Marktanalyse und Wettbewerbsstrategien Technologieeinsatz und Implementierung von AI im Unternehmen Finanzierung und Skalierung von Startups 						
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.</p>						
6	Prüfungsform(en) <p>Case Study</p>						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Case Study inklusive Vortrag ab. Der Umfang der Case Study beträgt mindestens 10, maximal 15 Seiten. Die Vortragsdauer inklusive Diskussion beträgt mindesten 10, maximal 20 Minuten.</p> <p>Nach entsprechender Vorgabe des Dozenten können Case Studies auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. Der Umfang der Case Study beträgt in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 5, maximal 10 Textseiten. Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss ebenfalls beim Vortrag deutlich abgrenzbar sein. 						

	Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Case Study inklusive Vortrag mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fueglistaller, U., Fust, A./Müller, C., & Müller, S. (2020): Entrepreneurship: Modelle – Umsetzung – Perspektiven. Mit Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz (5., überarb. Aufl.). Springer Gabler. • Gloger, B. (2024). Agile Entrepreneurship: Zukunftsfähige Unternehmen gründen und aufbauen. Carl Hanser Verlag. <p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bourezig, M. C. E./Taleb Bouguerri, S. C. (2024): The intersection of AI and digital entrepreneurship: Studying the varied ways that AI is changing digital enterprises. Management and Economics Review, 9(1), 78–90. • Kumar, S./Singh, P. (2023). ChatGPT and other AI copilots as knowledge partners for entrepreneurs and small business owners: A study of AI copilots' adoption as a medium of entrepreneurial training. Scholedge International Journal of Management & Development, 10(10), 112–123. • Verbik, A. R. (2024). Capital and international growth: Lessons from IT companies for shaping entrepreneurship in the age of Industry 4.0. Journal of Entrepreneurship & Sustainability Issues, 12(2), 429–443. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

4 Interdisciplinary & Soft Skills

4.1 Business Law (2.0032.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0032.0.01		1 Semester		1	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Business Law (2.0032.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> ... Juristische Denk- und Arbeitsweise sowie das deutsche und europäische Rechtssystem zu verstehen und in Entscheidungsprozesse zu integrieren. ... Wirtschaftsrechtliche Problemstellungen aus rechtlicher Perspektive zu analysieren, fundiert zu bewerten und rechtssichere Handlungsempfehlungen zu formulieren. ... Die Bedeutung von Rechtsgrundlagen für die Gestaltung und Prüfung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zu erfassen und in Verträgen praxisgerecht umzusetzen. ... Internationale Aspekte des Vertragsrechts, insbesondere im Rahmen von grenzüberschreitenden Kaufverträgen, zu identifizieren und angemessen zu berücksichtigen. ... Haftungsrisiken im Unternehmenskontext zu erkennen, zu bewerten und Maßnahmen zur Haftungsbegrenzung einzuleiten. ... Relevante arbeitsrechtliche Vorschriften und Strukturen in der Führungspraxis zu berücksichtigen und arbeitsrechtliche Prozesse rechtssicher zu gestalten. 						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Grundzüge des Vertragsrechts Grundzüge des Handelsrechts Grundlagen der Unternehmerhaftung Grundzüge des Arbeitsrechts Internationales Vertragsrecht 						
4	Lehrform(en)						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en)						
	Klausur (75 Minuten)						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher						
	Siehe Studienverlaufsplan.						

10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none">• Döring, U./Führich, E./Klunzinger, E./u. a. (2024): Aktuelle Wirtschaftsgesetze 2024: Die wichtigsten Wirtschaftsgesetze für Studierende, München.• Bähr, P. (2013): Grundzüge des Bürgerlichen Rechts, München.• Führich, E. (2017): Wirtschaftsprivatrecht, 13. Aufl., München.• Güllemann, D./Bachert, P./Becker, U. W./Miras, A./Tonner, N. (2022): Wirtschaftsprivatrecht: BGB Allgemeiner Teil, Schuldrecht, Sachenrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, München. <p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none">• International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT). (1994). UNIDROIT Principles of International Commercial Contracts. Rom.• United Nations Commission on International Trade Law (UNCITRAL), Hague Conference on Private International Law (HCCH), & International Institute for the Unification of Private Law (UNIDROIT). (2021). Legal Guide to Uniform Instruments in the Area of International Commercial Contracts, with a Focus on Sales. United Nations.• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.
-----------	--

4.2 Digital Transformation and Change Management (2.0037.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0037.0.1		1 Semester		1	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: <ul style="list-style-type: none"> Digital Transformation and Change Management (2.0037.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> ... die Auswirkungen der digitalen Transformation auf Unternehmen, Märkte und Geschäftsmodelle zu analysieren. ... Strategien zur Implementierung digitaler Technologien in Organisationen zu entwickeln und dabei wirtschaftliche, technologische und organisatorische Faktoren zu berücksichtigen. ... Change-Management-Methoden gezielt einzusetzen, um digitale Transformationsprozesse erfolgreich zu gestalten. ... Widerstände gegenüber Veränderungen zu erkennen und mit geeigneten Maßnahmen zu begegnen. ... Führungskonzepte und agile Organisationsstrukturen im Kontext der digitalen Transformation zu bewerten. ... den Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf Geschäftsprozesse, Unternehmenskultur und Entscheidungsfindung zu verstehen. 						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der digitalen Transformation Digitale Geschäftsmodelle Change Management im digitalen Zeitalter Leadership und Unternehmenskultur in Transformationsprozessen Integration von AI in Change-Prozesse Kommunikation und Stakeholder-Management im Change-Prozess Praktische Anwendungen und Fallstudien 						
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlernetests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.</p>						
6	Prüfungsform(en) <p>Klausur (75 Minuten)</p>						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>						
8	Stellenwert der Note für die Endnote <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>						
9	Modulverantwortlicher <p>Siehe Studienverlaufsplan.</p>						
10	Pflichtliteratur						

- Baalmans, B./Broekhuizen, T./Fabian, N. (2022): Digital Transformation. A Guide for Managers, Groningen Digital Business Centre, Groningen.
- Hess, T. (2022): Managing the Digital Transformation. A Guide to Successful Organizational Change, Springer, Wiesbaden.
- Oswald, G./Saueressig, T./Krcmar, H. (2022): Digitale Transformation. Fallbeispiele und Branchenanalysen. 2. Aufl., Springer, Wiesbaden.

Weiterführende Literatur

- Dörries, F./Wichering, M./Kersten, W. (2021): Evolving Change Management: Current Challenges, Success Factors and Adjustments for Digital Transformation, in: Industrie 4.0 Management 37 (1), S. 50-54.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

5 Methodological Skills

5.1 Research Methods for Business (2.0008.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0008.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	5	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen:						
	<ul style="list-style-type: none"> Research Methods for Business (2.0008.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <p>... kennen die Studierenden die verschiedenen Vorgehensweisen ausgewählter, aktueller quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden und sind in der Lage, geeignete Verfahren zur Untersuchung verschiedener Forschungsfragen auszuwählen und anzuwenden.</p> <p>... beherrschen die Studierenden die Konzeption und nachvollziehbare Beschreibung ausgewählter, aktueller quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden zur Untersuchung (wirtschafts-)wissenschaftlicher Fragestellungen.</p> <p>... können die Studierenden Forschungsablauf und -bericht nachvollziehbar und strukturiert abbilden.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, einen empirischen Datensatz anhand deskriptiver Statistiken zu beschreiben und einfache Hypothesen zur Struktur der Daten zu testen.</p> <p>... können die Studierenden zwischen unternehmerischen und wissenschaftlichen Fragestellungen differenzieren.</p> <p>... kennen die Studierenden Erkenntnispotenziale und -grenzen empirischer Forschungsmethoden und können sie anhand von Gütekriterien bewerten.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse in einen allgemeinen funktionellen Zusammenhang zu stellen und Implikationen abzuleiten.</p> <p>... sind die Studierenden befähigt, mit den erlernten Methoden empirische Analysen selbständig durchzuführen und deren Ergebnisse zielgerichtet zu interpretieren.</p>						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Herkunft und Anwendungsgebiete verschiedener Forschungsansätze Kriterien guter Forschungspraxis und ethische Richtlinien Quantitative Methoden Qualitative Methoden Entwicklung eines Forschungsprojektes Aktuelle Forschungsbeispiele im internationalen Kontext 						
4	Lehrform(en)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
5	Teilnahmevoraussetzungen						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
6	Prüfungsform(en)						
	Hausarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Vorausset-						

	zung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clow, K. E./James, K. E. (2014): Essentials of Marketing Research: Putting Research into Practice, Sage Publications, 2014. • Staddon, J. (2024): Scientific Method: How Science Works, Fails to Work, and Pretends to Work. Oxford: Routledge. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. <p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayring, Ph. (2015): Qualitative Content Analysis. Theoretical background and procedures, in: Bikner-Ahsbals, A./Knipping, C./Presmeg, N. (Eds.): Approaches to qualitative research in mathematics education. Examples of methodology and methods (pp. 365-380), Springer, New York. • Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A. (2016): Research Methods for Business Students, 7th edition, Pearson, Harlow. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

6 Master's Examination

6.1 Master's Thesis (2.0033.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0033.0.01		1 Semester		2	3	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
375 h	15	0	0 h	0 h		375 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: -						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden den aktuellen Stand der methodischen Diskussionen des Faches. ... nutzen die Studierenden ihn für eigenständige wissenschaftliche und praxisrelevante Arbeit. ... identifizieren die Studierenden wissenschaftlich tragfähige Fragen und Problemstellungen und bearbeiten diese Fragen eigenständig anhand der maßgeblichen Primär- und Sekundärliteratur. ... formulieren die Studierenden theoretische und methodische Zugänge für eine wissenschaftliche Forschungsarbeit. ... erstellen die Studierenden einen Forschungsplan und setzen diesen selbständig um. ... organisieren und gestalten die Studierenden einen wissenschaftlichen Forschungsprozess. ... erheben die Studierenden eigenverantwortlich relevante Daten und werten diese methodisch kompetent aus. ... erörtern die Studierenden vertieft theoretische und methodische Problemstellungen im Austausch mit Lehrenden, anderen Studierenden und fachlich Interessierten. ... bewerten die Studierenden kritisch Forschungsergebnisse und entwickeln wissenschaftlich und gesellschaftlich relevante Schlussfolgerungen aus Forschungsergebnissen. ... können die Studierenden eine eigenständige Forschungsarbeit zu einem vorgegebenen Thema verfassen.						
3	Studieninhalte Die Studierenden entwickeln gemeinsam mit den Betreuenden das Thema der Masterarbeit. Das Thema kann sich aus einer Lehrveranstaltung ergeben, muss sich aber nicht zwingend darauf beziehen.						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: - Asynchrone Kontaktzeit: - Selbststudium: Eigenständige Erstellung der Masterarbeit. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Zulassung kann nur erfolgen, wenn die Antragstellerin bzw. der Antragsteller 1. für das laufende Semester immatrikuliert ist und 2. die für die Zulassung erforderlichen Modulprüfungen und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht und insgesamt mindestens 30 ECTS-Punkte zum Zeitpunkt der Antragsstellung erworben hat und 3. sich nicht in einem entsprechenden oder vergleichbaren Prüfungsverfahren befindet und eine entsprechende oder vergleichbare Prüfungsleistung nicht endgültig nicht bestanden hat.						
6	Prüfungsform(en) Abschlussarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses mit der Masterarbeit ab, deren Umfang zwischen 50 und 70 Seiten beträgt. Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe des Themas bis zur Abgabe der Masterarbeit) beträgt 15 Wochen im Vollzeitstudium und 20 Wochen im Teilzeitstudium. Vorgaben zur Formatierung (Schriftgröße, Schriftart etc.) für den jeweiligen Masterstudiengang sind den Leitfäden des Prüfungsamtes zu entnehmen. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Abschlussarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 15/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Klewer, J. (2022): Projekt-, Bachelor- und Masterarbeiten. Von der Themenfindung bis zur Fertigstellung, 2. Aufl., Heidelberg.• Theisen, M.-R. (2021): Wissenschaftliches Arbeiten. Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit, 18. Aufl., München.• Watzka, K. (2019): Anfertigung und Präsentation von Seminar-, Bachelor- und Masterarbeiten. Tipps, Fehlervermeidung, Konzeption von Fragebögen, 6. Aufl., Berlin. <p>Ggf. weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn in Abstimmung mit den Betreuenden festgelegt.</p>