

MODULHANDBUCH

für den Studiengang

INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT (M.A.)

4 SEMESTER (VOLLZEIT)

INU - INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fachbereich Management, Technology & Psychology

Inhaltsverzeichnis

1	Struktureller Aufbau des Studiengangs	3
2	Einführung zum selbstorganisierten Lernen	6
2.1	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)	6
3	Foundations of Management	8
3.1	International Finance (2.0001.0.01)	8
3.2	Global Supply Chain Management (2.0020.0.01)	10
3.3	Accounting for Managers (2.0003.0.01)	12
3.4	Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)	14
3.5	Global Marketing and Sales (2.0021.0.01)	16
3.6	Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)	18
3.7	Managing Digitalization (2.0022.0.01)	20
4	Methods for Management & Research	22
4.1	Business Statistics (2.0007.0.01)	22
4.2	Research Methods for Business (2.0008.0.01)	24
4.3	Business Analytics (2.0009.0.01)	26
5	Managing Across Cultures	28
5.1	Global Human Resource Management (2.0023.0.01)	28
5.2	International Negotiations & Culture (2.0024.0.01)	30
6	Empirical Research, Projects & Case Studies	32
6.1	Business Research in Europe (2.0025.0.01)	32
6.2	Business Research in the USA (2.0026.0.01)	34
6.3	Business Research in Asia (2.0027.0.01)	36
7	Global Business Development	38
7.1	Global Change & Innovation Management (2.0028.0.01)	38
7.2	Intrapreneurship & Entrepreneurship (2.0029.0.01)	40
7.3	Theory & Practice of Consulting (2.0030.0.01)	42
8	International Experience & Master's Thesis	44
8.1	Internship (2.0019.0.01)	44
8.2	Master's Thesis	46

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht über die Verbundmodule	3
Tabelle 2: Übersicht über die spezifischen Module des Studiengangs	3
Tabelle 3: Studienverlaufsplan	5

1 Struktureller Aufbau des Studiengangs

Das Curriculum des Studiengangs International Business Management (M.A.), das modular aufgebaut ist, setzt sich aus verschiedenen wirtschaftswissenschaftlichen Modulen sowie aus Modulen, die betriebswirtschaftliche Prozesse mit einem internationalen Fokus betrachten, zusammen. Einige wirtschaftswissenschaftliche Module sind auch Bestandteil des Masterstudiengangs Digital Business Management (M.A.) und werden als sogenannte „Verbundmodule“ gemeinsam mit diesem Studiengang absolviert:

Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	SWS	Verbund ^{*)}
2.0001.0.01	International Finance	5	4	DBM; IBM
2.0003.0.01	Accounting for Managers	5	4	DBM; IBM
2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment	5	4	DBM; IBM
2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics	5	4	DBM; IBM
2.0007.0.01	Business Statistics	5	4	DBM; IBM
2.0008.0.01	Research Methods for Business	5	4	DBM; IBM
2.0009.0.01	Business Analytics	5	4	DBM; IBM
2.0019.0.01	Internship	10	0	DBM; IBM
*) DBM = Digital Business Management (M.A.), IBM = International Business Management (M.A.)				

Tabelle 1: Übersicht über die Verbundmodule

Mit den Verbundmodulen wird erreicht, dass alle Studierenden vertieftes Wissen in relevanten betriebswirtschaftlichen Bereichen erlangen. Die Verbundmodule umfassen somit Themenbereiche, die nicht zum fachlichen Schwerpunkt der einzelnen Studiengänge gehören, aber dennoch relevante Kenntnisse und Kompetenzen als Basis für den fachlichen Schwerpunkte des jeweiligen Studiengangs vermitteln. Sie dienen zudem der Vermittlung von methodischen und überfachlichen Kernkompetenzen.

Die Verbundmodule werden ergänzt um studiengangsspezifische Module aus dem Bereich International Business Management, die der folgenden Übersicht zu entnehmen sind:

Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	SWS
2.0020.0.01	Global Supply Chain Management	5	4
2.0021.0.01	Global Marketing & Sales	5	4
2.0022.0.01	Managing Digitalization	5	4
2.0023.0.01	Global Human Resource Management	5	4
2.0024.0.01	International Negotiations & Culture	5	4
2.0025.0.01	Business Research in Europe	5	4
2.0026.0.01	Business Research in the USA	5	4
2.0027.0.01	Business Research in Asia	5	4
2.0028.0.01	Global Change & Innovation Management	5	4
2.0029.0.01	Intrapreneurship & Entrepreneurship	5	4
2.0030.0.01	Theory & Practice of Consulting	5	4
2.0031.0.01	Master's Thesis	20	0

Tabelle 2: Übersicht über die spezifischen Module des Studiengangs

Die Verbundmodule sowie die studiengangsspezifischen Module lassen sich im Rahmen des Modularisierungskonzepts in fünf Modulgruppen gliedern:

- **Themengebiet Foundations of Management**
 - International Finance (2.0001.0.01)
 - Global Supply Chain Management (2.0020.0.01)
 - Accounting for Managers (2.0003.0.01)
 - Strategic Management in the Global Environment (2.0004.0.01)
 - Global Marketing & Sales (2.0021.0.01)
 - Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)
 - Managing Digitalization (2.0022.0.01)
- **Themengebiet Methods of Management & Research**
 - Business Statistics (2.0007.0.01)
 - Research Methods for Business (2.0008.0.01)
 - Business Analytics (2.0009.0.01)
- **Themengebiet Managing Across Culture**
 - Global Human Resource Management (2.0023.0.01)
 - International Negotiations & Culture (2.0024.0.01)
- **Themengebiet Empirical Research, Projects & Case Studies**
 - Business Research in Europe (2.0025.0.01)
 - Business Research in the USA (2.0026.0.01)
 - Business Research in Asia (2.0027.0.01)
- **Themengebiet International Experience & Master's Thesis**
 - Internship (2.0019.0.01)
 - Master's Thesis (2.0031.0.01)

Die Verteilung der Verbundmodule sowie der studiengangsspezifischen Module über den Studienverlauf kann dem folgenden Studienverlaufsplan 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.

Studienverlaufsplan des Studiengangs International Business Management (M.A.)

Verbund mit	Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester				SWS im Semester				Workload (In Zeitstunden)			Modultyp ^{*)}	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits Prüfungsformen		
			1	2	3	4	1	2	3	4	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit - angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
	Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen ^{**)}																
IBW;WP;SMM;PSY;DBM	1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen				1										A	-
	Themengebiet: Foundations of Management																
DBM	2.0001.0.01	International Finance	5				4					14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
-	2.0020.0.01	Global Supply Chain Management	5				4					14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
DBM	2.0003.0.01	Accounting for Managers		5				4				14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
DBM	2.0004.0.01	Strategic Management in the Global Environment		5				4				14	42	69	P	Hausarbeit	
-	2.0021.0.01	Global Marketing & Sales		5				4				14	42	69	P	Posterpräsentation	
DBM	2.0006.0.01	Leadership & Business Ethics			5				4			14	42	69	P	Hausarbeit	
-	2.0022.0.01	Managing Digitalization			5				4			14	42	69	P	Case Study	
	Themengebiet: Methods for Management & Research																
DBM	2.0007.0.01	Business Statistics	5				4					14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
DBM	2.0008.0.01	Research Methods for Business	5				4					14	42	69	P	Hausarbeit	
DBM	2.0009.0.01	Business Analytics		5				4				14	42	69	P	Hausarbeit	
	Themengebiet: Managing Across Cultures																
-	2.0023.0.01	Global Human Resource Management	5				4					14	42	69	P	Präsentation und Handout	
-	2.0024.0.01	International Negotiations & Culture		5				4				14	42	69	P	Präsentation und Handout	
	Themengebiet: Empirical Research, Projects & Case Studies																
-	2.0025.0.01	Business Research in Europe	5				4					14	42	69	P	Projektarbeit	
-	2.0026.0.01	Business Research in the USA		5				4				14	42	69	P	Hausarbeit	
-	2.0027.0.01	Business Research in Asia			5			4				14	42	69	P	Hausarbeit	
	Themengebiet: Global Business Development																
-	2.0028.0.01	Global Change & Innovation Management			5				4			14	42	69	P	Online-Klausur (75 Minuten)	
-	2.0029.0.01	Intrapreneurship & Entrepreneurship			5				4			14	42	69	P	Präsentation und Handout	
-	2.0030.0.01	Theory & Practice of Consulting			5				4			14	42	69	P	Projektarbeit	
	Themengebiet: International Experience & Master's Thesis																
DBM	2.0019.0.01	Internship				10						0	0	250	P	unbenoteter Nachweis	
-	2.0031.0.01	Master's Thesis				20						7	7	486	P	Abschlussarbeit	
Summe ECTS-Punkte / SWS Je Semester			30	30	30	30	24	24	24	0							
Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt			120				72										
Summe Workload									259			763			1978		
												3000					

*) Legende	
Verbund-Studiengänge	
IBW	Internationale Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
PSY	Psychologie (B.Sc.)
WP	Wirtschaftspsychologie (B.Sc.)
SMM	Social-Media-Management (B.A.)
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
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 3: Studienverlaufsplan

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 Hochschule für angewandte Wissenschaften 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 Foundations of Management

3.1 International Finance (2.0001.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0001.0.01		1 Semester		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"> 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: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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)						
	Online-Klausur (75 Minuten)						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher						
	Siehe Studienverlaufsplan.						
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.

3.2 Global Supply Chain Management (2.0020.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0020.0.01			1 Semester		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 Supply Chain Management (2.0020.0.01) (4 SWS) 							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)							
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... können die Studierenden strategische Gestaltungsaspekte globaler mehrstufiger Supply Chains analysieren und bewerten. ... verstehen die Studierenden die Innovationsnotwendigkeit zur Realisierung wettbewerbsfähiger globaler Supply Chains. ... erarbeiten die Studierenden Konzepte und Methoden zur Entwicklung und Bewertung neuer Strategien. ... sind die Studierenden in der Lage, globale Produktions- und Verteilungsnetzwerke zu evaluieren. ... erlernen die Studierenden die Anwendbarkeit von Simulationswerkzeugen zum Design von Supply-Netzwerken zu beurteilen. ... wenden die Studierenden Methoden an, um das Bestandsmanagement global agierender Unternehmen zu analysieren. ... kennen die Studierenden Modelle und Systeme zur dynamischen Losgrößenplanung. ... erkennen die Studierenden Problemstellungen in Produktionsprozessen und globalen Supply Chains. ... sind die Studierenden in der Lage neue oder an konkrete Problemstellungen angepasste nachhaltige Supply-Strategien zu entwickeln. ... können die Studierenden das erlernte Wissen zur Umsetzung von Strategien und Konzepten anwenden. ... diskutieren die Studierenden kritisch aktuelle Themen und Aufgabenstellungen aus dem Fachbereich. 							
3	Studieninhalte							
	<ul style="list-style-type: none"> Strategieentwicklung Gestaltung globaler mehrstufiger Distributions- und Produktionsnetzwerke Innovations-, Change- und Projektmanagement für globale Supply Chains Risikomanagement in der Supply Chain Nachhaltigkeit in der Supply Chain Technologien im Supply Chain Management Aktuelle Themen und Herausforderungen globaler Supply Chains 							
4	Lehrform(en)							
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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)							
	Online-Klausur (75 Minuten)							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten							
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.							
8	Stellenwert der Note für die Endnote							
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.							

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Chopra, S. (2019): Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 7th Edition, Pearson, Harlow. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none">• Cachon G. / Terwiesch C. (2012): Matching Supply with Demand: An Introduction to Operations Management., McGraw Hill.• Phadnis, S. S. (2024): Creating Value Through Supply Chain Orchestration as a Business Model. In: Academy of Management Perspectives, Feb2024, Vol. 38 Issue 1, p1-22. 22p.• Ruomeng C./Allon, G./Bassamboo, A. (2015): Information Sharing in Supply Chains: An Empirical and Theoretical Valuation. In: Management Science; Nov2015, Vol. 61 Issue 11, p2803-2824, 22p, 4 Charts, 4 Graphs.

3.3 Accounting for Managers (2.0003.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0003.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS	A
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"> Accounting for Managers (2.0003.0.01) (4 SWS) 							
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... verfügen die Studierenden über Kompetenzen in der Beurteilung der rechtlichen und institutionellen Aspekte der Jahresabschlussprüfung. ... verfügen die Studierenden über Methodenkompetenz für die Anwendung moderner Prüfungstechniken. ... können die Studierenden betriebswirtschaftliche Analysekonzepte im Rahmen der Jahresabschlussprüfung operationalisieren. ... verfügen die Studierenden über Kompetenzen zur Beurteilung und Gestaltung des ordnungsgemäßen Ablaufs von betriebswirtschaftlichen Prüfungen zu besonderen Anlässen. ... sind die Studierenden in der Lage, den Bezug zwischen den Buchhaltungsdaten und den Betriebs-, Investitions- und Finanzaktivitäten eines Unternehmens zu erfassen und anzuwenden, um die Produktivität des Unternehmens zu fördern. ... erkennen die Studierenden Einschränkungen der Rechnungslegungsdaten und wie sie zu Schwierigkeiten bei der effizienten Erhebung und Bewertung von Daten führen können. ... verfügen die Studierenden über das wissenschaftsgeprägte methodische und detaillierte berufliche Spezialwissen zur prozessorientierten Durchführung von wirtschaftlichen Prüfungen, insbesondere Abschlussprüfungen, nach dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen und berufsständischen Erkenntnisse (Vertiefung). 							
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Regulierung der Wirtschaftsprüfung Systemprüfungen und analytische Prüfungen Einzelfallprüfungen Prüfungsplanung und Ablauf Branchen- und anlassspezifische Prüfungen Abschlussprüfungen Fallstudien und praktische Anwendungen 							
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Online-Klausur (75 Minuten)</p>							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>							
8	Stellenwert der Note für die Endnote <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>							

9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Noreen, E./ Brewer, P./Garrison, R. (2023): Managerial Accounting for Managers, 6th edition, McGraw-Hill, New York. • Weil, R.L./Schipper, K./Francis, J. (2014): Financial Accounting: An Introduction to Concepts, Methods and Uses, South-Western Cengage Learning, Ohio. • Atrill, P./ McLaney, E. (2022): Financial Accounting for Decision Makers, 10th edition, Pearson, Harlow. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses veröffentlicht. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Blocher, E./ Juras, P./ Smith, S. (2022): Cost Management: A strategic emphasis, 9th edition, McGraw-Hill, New York. • Wahlen, J./ Baginski, S./Bradshaw, M. (2022): Financial Reporting, Financial Statement Analysis and Valuation, Cengage Learning, Boston. • Marr, B. (2016): Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results, Wiley, Chichester. • Chen, R./El Ghouli, S./Guedhami, O. (2024): Conducting Research in International Accounting and Finance: Opportunities, Challenges, and Recommendations. In: Journal of International Accounting Research. 2024, Vol. 23 Issue 1, p1-20. 20p. • Hajeb, H. R./Alipour, S./Moghadam, A. G. (2023): Scientific Revolution in Accounting: Paradigm Shift Towards the Use of Fair Values. • Zeff, Stephen A. (2024): Tracing Intellectual Origins in Accounting. In: Accounting Historians Journal. Jun2024, Vol. 51 Issue 1, p111-125.

3.4 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		2	-	jedes WS und SS		A
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	Angestrebten 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) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Hausarbeit</p>								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>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.</p>								
8	Stellenwert der Note für die Endnote <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>								
9	Modulverantwortlicher <p>Siehe Studienverlaufsplan.</p>								
10	Pflichtliteratur								

- 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

- 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.

3.5 Global Marketing and Sales (2.0021.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
					VZ	TZ		
2.0021.0.01			1 Semester		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"> 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) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Posterpräsentation (1 DIN A0 Poster) mit Diskussion im Umfang von 10 Minuten.</p>							
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>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.</p>							
8	Stellenwert der Note für die Endnote <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>							

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.

3.6 Leadership & Business Ethics (2.0006.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0006.0.01			1 Semester	3	-	jedes WS und SS	A
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)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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. 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 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	<p>Pflichtliteratur</p> <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. <p>Weiterführende Literatur</p> <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. <p>Hinweise auf multimedial gestützte Lehr- und Lernprogramme</p> <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/

3.7 Managing Digitalization (2.0022.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0022.0.01			1 Semester		3	-	jedes WS und SS		A
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"> Managing Digitalization (2.0022.0.01) (4 SWS) 								
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)								
	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden Digitalisierungskonzepte für Produkte und Dienstleistungen. ... können die Studierenden die Auswirkungen der Digitalisierung auf Geschäftsmodelle verstehen und analysieren. ... beherrschen die Studierenden Methoden zur Analyse, Spezifizierung und Abgrenzung von Anforderungen digitaler Transformationsprojekte. ... können die Studierenden digitale Transformationsstrategien entwickeln und umsetzen.. ... können die Studierenden Methoden zur ergebnisorientierten Strukturierung von Digitalisierungsprojekte anwenden. ... kennen und nutzen die Studierenden verschiedene Methoden zur begleitenden Statusbeurteilung von Digitalisierungsprojekten. ... erweitern die Studierenden ihre Kompetenzen zur erfolgreichen Durchführung und Durchsetzung von Digitalisierungsprojekten. ... können die Studierenden Change-Management-Strategien und -Projekte entwickeln, um digitale Veränderungen erfolgreich zu implementieren. ... wenden die Studierenden Methoden zur Bewertung des Umsetzungserfolges von Digitalisierungsprojekten an.								
3	Studieninhalte								
	<ul style="list-style-type: none"> Einführung in das Digitalisierungsmanagement Digitale Geschäftsmodelle Technologien der Digitalisierung Digitale Transformationsstrategien Datenmanagement und -analyse Change Management in der Digitalisierung Herausforderungen und Risiken in Digitalisierungsprojekten 								
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)								
	Case Study								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten								
	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 mindestens 10, maximal 20 Minuten. Nach entsprechender Vorgabe des Dozenten können Case Studies auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt: <ul style="list-style-type: none"> Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. 								

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Case Study inklusive Vortrag mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>
9	<p>Modulverantwortlicher</p> <p>Siehe Studienverlaufsplan.</p>
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rogers, D.L. (2016): Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, Columbia Business School Publishing. • Westerman, G./Bonnet, D./McAfee, A. (2014): Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation Harvard Business Review Press, USA. <p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brynjolfsson, E./McAfee, A. (2014): The Second Machine Age, Norton, New York. • Kane, G.C./Palmer, D./Phillips, A.N./Kiron, D./Buckley, N. (2015): Strategy, not Technology, Drives Digital Transformation, available here http://sloanreview.mit.edu/projects/strategy-drives-digital-transformation/, short version here: https://dupress.deloitte.com/content/dam/dup-us-en/articles/digital-transformation-strategy-digitally-mature/15-MIT-DD-Strategy_small.pdf. • Laasch, O. (2024): Corporate Sustainability: Managing Responsible Business in a Globalised World (2nd edition). In: Academy of Management Learning & Education. Jun2024, Vol. 23 Issue 2, p360-362. • Oryekhov, M./Zelinska, D./Hirdvainis, V. (2024): Managing the intellectual potential of global value chains in the context of digitalization challenges. In: Business Management / Biznes Upravljenje. 2024, Issue 1, p101-113. • Sherimova, N./Isabekov, B./Alkeev, M. (2022): An analytical assessment of industrial sector innovative management in the context of digitalization. In: Journal of Innovation & Entrepreneurship. 10/14/2022, Vol. 11 Issue 1, p1-13. • Streibich, K.-H. (2014): The Digital Enterprise. The Moves and Motives of the Digital Leaders. Software AG Darmstadt.

4 Methods for Management & Research

4.1 Business Statistics (2.0007.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0007.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
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"> Business Statistics (2.0007.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, Wahrscheinlichkeiten von Ereignissen und prinzipielle Kenngrößen von Merkmalen zu bestimmen.</p> <p>... sind die Studierenden mit dem Konzept von Parameterschätzungen vertraut und können es anwenden.</p> <p>... können die Studierenden statistische Modelle durch Tests überprüfen und die Ergebnisse interpretieren.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, die Zeitreihen statistischer Daten grafisch aufzubereiten und zu interpretieren.</p> <p>... sind die Studierenden befähigt, mit den erlernten Methoden empirische Analysen selbständig durchzuführen und deren Ergebnisse zielgerichtet zu interpretieren.</p> <p>... wenden die Studierenden ihre erworbenen statistischen Analysefähigkeiten auf die aktuellen Wirtschafts-anforderungen an und berücksichtigen dabei die relevanten Rahmenbedingungen und Variablen, um Entscheidungsgrundlagen bereitzustellen.</p> <p>... entwickeln die Studierenden auf Basis aktueller Fallbeispiele Handlungsempfehlungen zur Entscheidungsfindung.</p> <p>... besitzen die Studierenden grundlegende Kenntnisse ökonomischer Methoden, die sie befähigen wissenschaftliche Beiträge im Bereich der empirischen Wirtschaftsforschung zu verstehen und empirische Studien zu ökonomischen Fragestellungen selbstständig durchzuführen.</p> <p>... können die Studierenden Parameter von linearen und verallgemeinerten Regressionsmodellen, von Modellen für diskrete und begrenzt abhängige Variablen sowie von Zeitreihenmodellen mit geeigneten Inferenzmethoden schätzen und Hypothesentests durchführen.</p> <p>... können die Studierenden Prognosen ökonomischer Variablen erstellen.</p> <p>... kennen die Studierenden die Grundlagen statistischer Analysen und können statistische Methoden auf Forschungsfragen im globalen Kontext übertragen.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, Beziehungen zwischen Variablen aufzustellen und diese bzgl. der Repräsentativität der Daten beurteilen.</p> <p>... kennen die Studierenden Datenerfassungsmethoden und verstehen, wie Daten kategorisiert werden.</p>						
3	Studieninhalte						
	<ul style="list-style-type: none"> Deskriptive Statistik zur Datenanalyse Wahrscheinlichkeitsrechnung und Verteilungen, Statistische Inferenz Korrelations- und Regressionsanalyse Zeitreihenanalyse Anwendung statistischer Modelle 						
4	Lehrform(en)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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) Online-Klausur (75 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Sharpe, N. R./De Veaux, R. D./Velleman, P. (2015): Business Statistics, 3rd global edition, Pearson, Harlow. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Anderson, D. R. (2018): Statistics for Business & Economics, 13 revised edition, Cengage Learning Boston. • Brockwell, P. J./Davis, R. A. (2016): Introduction to Time Series and Forecasting, 4th edition, Springer, Cham. • Groebner, D. F./Shannon, P. W./Fry, P. C. (2018): Business Statistics: A Decision-Making Approach, (student value edition), 10th edition, Pearson, Prentice Hall. • Journal of Econometric Methods, de Gruyter, Berlin. • Newbold, P./Carlson, W./Thorne, B. (2013): Statistics for Business and Economics, 8th edition, Pearson, Harlow. • Shumway, R. H./Stoffer, D. S. (2017): 4th edition, Time Series Analysis and Its Applications: With R Examples, Springer, Cham.

4.2 Research Methods for Business (2.0008.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0008.0.01			1 Semester		1	-	jedes WS und SS		A
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> <ul style="list-style-type: none"> ... 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. ... beherrschen die Studierenden die Konzeption und nachvollziehbare Beschreibung ausgewählter, aktueller quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden zur Untersuchung (wirtschafts-)wissenschaftlicher Fragestellungen. ... können die Studierenden Forschungsablauf und -bericht nachvollziehbar und strukturiert abbilden. ... sind die Studierenden in der Lage, einen empirischen Datensatz anhand deskriptiver Statistiken zu beschreiben und einfache Hypothesen zur Struktur der Daten zu testen. ... können die Studierenden zwischen unternehmerischen und wissenschaftlichen Fragestellungen differenzieren. ... kennen die Studierenden Erkenntnispotenziale und -grenzen empirischer Forschungsmethoden und können sie anhand von Gütekriterien bewerten. ... sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse in einen allgemeinen funktionellen Zusammenhang zu stellen und Implikationen abzuleiten. ... sind die Studierenden befähigt, mit den erlernten Methoden empirische Analysen selbständig durchzuführen und deren Ergebnisse zielgerichtet zu interpretieren. 								
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: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Hausarbeit</p>								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>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.</p>								

8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <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. Weiterführende Literatur <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 Kurses bekanntgegeben.

4.3 Business Analytics (2.0009.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0009.0.01			1 Semester	2	-	jedes WS und SS	A
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"> Business Analytics (2.0009.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden aktuelle und zukünftige Anwendungsbereiche, in denen Business Analytics eingesetzt werden können. ... können die Studierenden die Funktionen von Business Analytics beschreiben, dessen Prozess erklären und die Instrumente von Business Analytics einordnen. ... kennen die Studierenden Grenzen und Kriterien zur Gewährleistung und zum Schutz von Privatsphäre. ... sind die Studierenden in der Lage, die Ergebnisse in den Wirtschaftskontext zu übertragen, können diese effektiv kommunizieren und bei der unternehmerischen Entscheidung unterstützen. ... können die Studierenden entscheidungsrelevante Daten erheben und damit betriebswirtschaftliche Kenngrößen ableiten/bestimmen.						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen und Notwendigkeit Business Analytics Prozess Analytics Typen Anwendungsbereiche und Trends Datenschutz und ethische Implikationen Entscheidungsfindung und KPI Effektive Kommunikation und Präsentation quantitativer analytischer Ergebnisse 						
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) 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 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.						
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> Samaddar, S./Nargundkar, S. (2018): Data Analytics: Effective Methods for Presenting Results (Data Analytics Applications), Auerbach Publications. 						

- Sharda, R./Delen, D./Turban, E. (2017): Business intelligence, analytics, and data science: a managerial perspective, 4th edition, Pearson, Boston.

Weiterführende Literatur

- Aggarwal, C.-C. (2015): Data Mining, Springer, Heidelberg/New York.
- Davenport, T.-H. (2014): Big Data at Work, Vahlen, München.
- Jackson, S. (2015): Cult of Analytics: Data analytics for marketing, 2nd edition, Routledge, Oxon/ New York.

5 Managing Across Cultures

5.1 Global Human Resource Management (2.0023.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0023.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
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 Personalauswahl 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: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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 5/110 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 jedes Kurses bekanntgegeben.

5.2 International Negotiations & Culture (2.0024.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0024.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS		A
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"> International Negotiations & Culture (2.0024.0.01) (4 SWS) 								
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... kennen die Studierenden grundlegende Kommunikations- und Verhandlungstechniken und können sie in typischen Verhandlungssituationen in einem interkulturellen Geschäftsumfeld erfolgreich anwenden. ... können die Studierenden ihre eigene Wirkung auf Andere durch ihr Auftreten und Verhalten und in Gesprächen einschätzen und steuern. ... kennen die Studierenden die zentralen Wesensmerkmale von Verhandlungen und können die Form der Durchsetzung von Interessen bzw. Lösung von Konflikten von anderen Formen der Interessenvertretung bzw. Konfliktbewältigung unterscheiden. ... begreifen die Studierenden interkulturelle Konfliktlösungen und Verhandlungen als Management-Prozesse und können die notwendigen Maßnahmen zur Erledigung der Aufgaben in den einzelnen Prozessphasen planen und organisieren. ... können die Studierenden die wechselseitigen Ziel- und Ergebnisabhängigkeiten in unterschiedlichen Konflikt- bzw. Verhandlungssituationen analysieren und aufgrund ihrer Kenntnis der spezifischen kulturellen Eigenheiten und Unterschiede die für eine konkrete Konflikt- bzw. Verhandlungssituation adäquate Grundprägung von Ansätzen der Konfliktlösung bzw. Verhandlungsführung bestimmen. ... sind die Studierenden in der Lage, klare Ziele für das Konflikt- bzw. Verhandlungsmanagement zu definieren und in adäquate Strategien sowie erste taktische Vorgaben für das Konfliktmanagement bzw. die Verhandlungsführung umzusetzen. ... verstehen die Studierenden wie unterschiedliche Verhalten, Annahmen, Werte und Einstellungen besonders in anderen Kulturen Wirtschaftsverhandlungen beeinflussen und können dieses Wissen anwenden, um Verhandlungsstrategien sowie andere Geschäfte effektiv zu gestalten. ... sind die Studierenden in der Lage, ausgewählte Verhandlungstaktiken anhand ihrer Zielsetzungen, ihrer Funktionsweisen und möglicher Gegenmaßnahmen zu differenzieren, hinsichtlich der Erfolgsaussichten ihres Einsatzes in konkreten Verhandlungssituationen zu bewerten sowie zielgerichtet einzusetzen. ... erkennen die Studierenden Situationen, in denen kulturelle Unterschiede die Arbeitsbeziehungen beeinflussen, und sind in der Lage, ihr Verständnis von kulturellen Nuancen anzuwenden. 								
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Theoretische Grundlagen der interkulturellen Zusammenarbeit Der Einfluss von Kulturen auf Wahrnehmungsprozesse Das Wesen und die unterschiedlichen Grundprägungen von Konflikten und Verhandlungen Konfliktmanagement(-prozess) Grundlagen der Verhandlungstechniken Praxisübungen: Simulation von Konflikt- und interkulturellen Verhandlungssituationen (Rollenspiele) 								
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Präsentation und Handout</p>								

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 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Brett, J. M. (2014): Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Global Boundaries, 3rd edition, Jossey-Bass. • Lewicki, R. J./Barry, B./Saunders, D. M. (2018): Essentials of Negotiation, 5th edition, McGraw Hill Education, New York. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Hofstede, G./Hofstede, J./Minkov, M. (2010): Cultures and Organizations: Software of the Mind, McGraw Hill, New York. • Fisher, R./Ury, W./Patton, B. (2011): Getting to Yes. Penguin Books, 3rd edition, New York. • Luthans, F./Doh, J.P. (2015): International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 9th edition. McGraw Hill Education, New York. • Worm, V./Kumar, R. (2014): Pragmatism versus Idealism: Understanding the Negotiating Practices in China and India, Thunderbird International Business Review, 56 (6), 519–530. • Meyer, E. (2016): The Culture Map. Public Affairs, New York. • Trompenaars, F./Hampden-Turner, C. (2012): Riding the Waves of Culture, 3rd edition, Nicholas Brealey Publishing, London. • Panke, D. (2020): States as Drivers of Regionalization? Examining Negotiations in International Economic Organizations. In: International Negotiation. 2020, Vol. 25 Issue 2, p201-224. • Bjola, C. (2015): Using Momentum Analysis to Explain and Forecast the Outcome of International Negotiations. In: International Negotiation. 2015, Vol. 20 Issue 2, p319-349.

6 Empirical Research, Projects & Case Studies

6.1 Business Research in Europe (2.0025.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0025.0.01		1 Semester		1	-	jedes WS und SS	A
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"> Business Research in Europe (2.0025.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <p>... kennen die Studierenden die Besonderheiten kulturübergreifender Forschungsarbeit, die es auch bzgl. der unterschiedlichen Definitionen von Begrifflichkeiten sowie aufgrund unterschiedlicher Hintergründe und aktueller Rahmenbedingungen zu berücksichtigen gilt. Insbesondere kennen sie die Besonderheiten des europäischen Wirtschaftsraums.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, durch eine strukturierte Vorgehensweise und effizientes Zeit- und Selbstmanagement das Projekt in Abschnitte und Teilaufgaben zu gliedern und anhand eines Prozessablaufplans strukturiert zu bearbeiten</p> <p>... können die Studierenden den zugewiesenen Forschungsbereich bearbeiten, indem sie den aktuellen Forschungsstand in renommierten wissenschaftlichen Fachzeitschriften recherchieren und analysieren.</p> <p>... können die Studierenden ein zentrales betriebswirtschaftliches Projekt gemäß hoher wissenschaftlicher Forschungsstandards auf theorie- und literaturgeleitet (deduktiv) eigenständig analysieren und Implikationen ableiten.</p> <p>... sind die Studierenden in der Lage, in Gruppen Lösungsvorschläge für ein konkretes (wirtschafts-)wissenschaftliches europäisches Forschungsproblem zu erarbeiten und dieses und ihre Ergebnisse in Form eines Projektberichts sowie einer Abschlusspräsentation darzustellen.</p>						
3	Studieninhalte						
	<p>In jedem Semester werden aktuelle Themen, z. T. auch in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, vergeben, die als Gruppenarbeit bearbeitet werden. Es werden Gastvorträge von Wirtschaftsexperten, die sich mit (wirtschafts-)wissenschaftlichen Fragestellungen bezogen auf Europa beschäftigen, zu den jeweiligen Themen gehalten. Die Bearbeitung erfolgt in Gruppenarbeit.</p> <ul style="list-style-type: none"> Forschung in verschiedenen Kulturkreisen (Europa, USA, Asien) Zeit- und Selbstmanagement in globalen Arbeitsteams (interne und externe Faktoren) Projektvorstellung Projektzuteilung und -bearbeitung Teilaufgaben der Bearbeitung 						
4	Lehrform(en)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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)						
	Projektarbeit						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Projektarbeit als Gruppenarbeit mit zugehöriger Präsentation ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten.						

	<p>Für die Gruppenarbeit gilt:</p> <ul style="list-style-type: none">• Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden.• Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. <p>Zum Abschluss der Projektarbeit ist ein Projektbericht abzugeben, dessen Umfang in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 10, maximal 15 Textseiten beträgt. 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 bei der Präsentation deutlich abgrenzbar sein.</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Projektarbeit und der Präsentation mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Sorge, A, Noorderhaven, N. & Koen, C. (2023): Comparative International Management Oxford: Routledge.• Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none">• Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, PMI, 2017.

6.2 Business Research in the USA (2.0026.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0026.0.01			1 Semester		2	-	jedes WS und SS		A
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"> Business Research in the USA (2.0026.0.01) (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 der Geschäftswelt der USA und können diese kritisch mit dem europäischen System vergleichen. ... können die Studierenden ihr theoretisches Wissen der Forschungsmethoden auf ein vorgegebenes reales Problem anwenden und dieses im Rahmen einer empirischen quantitativen oder qualitativen Untersuchung bearbeiten. ... sind die Studierenden in der Lage, ein für die Untersuchung ihrer Fragestellung geeignetes Untersuchungsdesign (deduktiv oder induktiv) zu entwickeln und durchzuführen. ... können die Studierenden die Güte ihrer Vorgehensweise und Ergebnisse im Rahmen einer kritischen Würdigung bewerten und neutral darstellen. ... können die Studierenden ihre Vorgehensweise und Ergebnisse im Rahmen einer eigenständigen Forschungsarbeit nachvollziehbar beschreiben und in einer Diskussion im Kreise ihrer Mitstudierenden verteidigen. ... können die Studierenden wirtschaftswissenschaftliche Implikationen (global, kulturübergreifend) mit entsprechenden Geltungsbereichen abgeben. 								
3	Studieninhalte <p>In jedem Semester werden aktuelle Themen, z. T. auch in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, vergeben, die als Gruppenarbeit bearbeitet werden. Es werden Gastvorträge von Wirtschaftsexperten, die sich mit (wirtschafts)wissenschaftlichen Fragestellungen bezogen auf die USA beschäftigen, zu den jeweiligen Themen gehalten. Die Bearbeitung kann je nach Thema als Einzelarbeit oder als Gruppenarbeit erfolgen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Projektvorstellung Projektzuteilung und -bearbeitung Teilaufgaben der Bearbeitung 								
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Hausarbeit</p>								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. In Fall einer Gruppenarbeit 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 Hausarbeit beträgt in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 5, maximal 10 Textseiten. 								

	<ul style="list-style-type: none">Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. <p>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.</p>
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">Sorge, A, Noorderhaven, N. & Koen, C. (2023): Comparative International Management Oxford: Routledge.Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none">Staddon, J. (2024): Scientific Method: How Science Works, Fails to Work, and Pretends to Work. Oxford: Routledge.Luthans, F. & Doh, J. (2023): International Management: Culture Strategy and Behavior ISE Twelfth edition. New York, NY: McGraw Hill.Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

6.3 Business Research in Asia (2.0027.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0027.0.01			1 Semester		3	-	jedes WS und SS		A
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"> Business Research in Asia (2.0027.0.01) (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 der asiatischen Geschäftswelt und können diese kritisch mit europäischen und amerikanischen Systemen vergleichen. ... kennen die Studierenden Möglichkeiten zur Suche und Recherche in asiatischen Datenbanken zur Untersuchung des aktuellen Forschungsstandes. ... wenden die Studierenden gezielt asiatische und internationale Literaturquellen zur Bearbeitung des Forschungsprojektes an. ... können die Studierenden ihr theoretisches Wissen der Forschungsmethoden auf ein vorgegebenes reales Problem im asiatischen Raum anwenden und dieses im Rahmen einer empirischen quantitativen oder qualitativen Untersuchung bearbeiten. ... berücksichtigen die Studierenden dabei die Rahmenbedingungen asiatischer Märkte und ein Forschungsverständnis im Unterschied zu anderen Kulturkreisen und Wirtschaftssystemen. ... sind die Studierenden in der Lage, in Gruppen Lösungsvorschläge für ein konkretes wirtschaftswissenschaftliches Forschungsproblem aus dem asiatischen Umfeld zu erarbeiten. ... können die Studierenden ihre Vorgehensweise und Ergebnisse im Rahmen einer eigenständigen Forschungsarbeit nachvollziehbar beschreiben und in einer Diskussion im Kreise ihrer Mitstudierenden verteidigen. ... können die Studierenden wirtschaftswissenschaftliche Implikationen (global, kulturübergreifend) mit entsprechenden Geltungsbereichen abgeben. 								
3	Studieninhalte								
	<p>In jedem Semester werden aktuelle Themen aus dem betriebswirtschaftlichen Forschungsumfeld im asiatischen Raum zusammengestellt und an die Studierenden zur Bearbeitung vergeben. Der Schwerpunkt der Themen liegt im chinesischen Umfeld, gezielte weitere Themenfelder aus Japan, Korea etc. können ebenfalls angeboten werden. In Zusammenarbeit mit einem Kooperationspartner ist es auch möglich, spezifische Forschungsthemen mit diesem zu bearbeiten. Die Bearbeitung kann je nach Thema als Einzelarbeit oder als Gruppenarbeit erfolgen.</p> <ul style="list-style-type: none"> Projektvorstellung Projektzuteilung und -bearbeitung Teilaufgaben der Bearbeitung 								
4	Lehrform(en)								
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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								
	<p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Hausarbeit ab, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt. Gruppenarbeiten sind möglich. In Fall einer Gruppenarbeit gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. 								

	<ul style="list-style-type: none"> • Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. • Der Umfang der Hausarbeit 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. <p>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.</p>
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Sorge, A./Noorderhaven, N./Koen, C. (2023): Comparative International Management Oxford: Routledge. • Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Ji, W. (2013). Exploring Cross-Cultural Competence in East Asia. Houndmills, Hampshire: Palgrave Macmillan. • Prange, C. & Kattenbach, R. (2019): Management Practices in Asia: Case Studies on Market Entry, CSR, and Coaching. Cham: Springer. 2019. • Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.

7 Global Business Development

7.1 Global Change & Innovation Management (2.0028.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0028.0.01		1 Semester		3	-	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 Change & Innovation Management (2.0028.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... sind die Studierenden mit Konzepten des Change-Managements vertraut. ... kennen die Studierenden verschiedene Vorgehensmodelle bei Change-Prozessen und können diese anwenden. ... sind die Studierenden in der Lage, Konflikte bei Change-Prozessen zu erkennen und können diese aktiv managen. ... berücksichtigen die Studierenden die besonderen interkulturellen Aspekte globaler Change-Projekte bei der Umsetzung. ... wenden die Studierenden Werkzeuge und Techniken mit hoher Praxisrelevanz an. ... hinterfragen die Studierenden kritisch aktuelle Prinzipien des Change-Managements und diskutieren neuere Forschungen zur Change-Thematik. ... können die Studierenden Konzepte und Merkmale des Innovationsmanagements erläutern. ... diskutieren die Studierenden Innovationsarten und -muster sowie deren Auswirkungen im globalen Umfeld. ... ordnen die Studierenden Kreativitäts- und Bewertungstechniken in den Kontext globaler Innovationskulturen ein. ... sind die Studierenden mit dem aktuellen Stand der Innovationsforschungen vertraut und führen einen kritischen Diskurs. 						
3	Studieninhalte						
	<p>Changemanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> Begriffe und Konzepte Umgang mit Änderungswiderstand: Kognitive Filter von Managern Umsetzung von Change-Projekten im Unternehmen <p>Innovationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> Konzepte, Voraussetzungen und Vorbereitung von Innovationen Kreativitätstechniken Organisation des Innovationsmanagements 						
4	Lehrform(en)						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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)						
	Online-Klausur (75 Minuten)						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Online-Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Online-Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Christensen, C. M./Raynor, M./McDonald, R. (2015): What is Disruptive Innovation?, Harvard Business Review, 93(12), 44-53. • Hayes, J. (2018): The Theory and Practice of Change Management, 5th edition, Palgrave Macmillan, New York. • Pepe, C. G. E./Fonseca, M. V. A./Silva M. (2024): International collaboration towards innovation management: a network perspective and the Global Innovation Index. In: Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space. • Beretta, M./Smith, P. (2023): Embarking on a Business Agility Journey: Balancing Autonomy Versus Control. In: California Management Review; Aug2023, Vol. 65 Issue 4, p93-115. • Sherimova, N./Isabekov, B./Alkeev, M. (2022): An analytical assessment of industrial sector innovative management in the context of digitalization. In: Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Christensen, C.M. (2016): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail, Reprint edition, Harvard Business Review Press, Boston.

7.2 Intrapreneurship & Entrepreneurship (2.0029.0.01)

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0029.0.01			1 Semester		3	-	jedes WS und SS		A
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"> Intrapreneurship & Entrepreneurship (2.0029.0.01) (4 SWS) 								
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)								
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... verstehen die Studierenden theoretische und anwendungsbezogene Fragestellungen des Gründungsmanagements und des Entrepreneurship. ... sind die Studierenden in der Lage, theoretische Konzepte und Methoden des Entrepreneurship zu erläutern, zu beurteilen und auf praktische Anwendungsfälle zu transferieren. ... werden die Studierenden sensibilisiert, unternehmerisch zu denken, und können mit einem unternehmerischen Mindset agieren und reagieren. ... können die Studierenden eine Unternehmensgründung planen und fehlende Ressourcen einwerben. ... wissen die Studierenden mit dem Unternehmerwachstum umzugehen. ... kennen die Studierenden die Herausforderungen, die sich im Bereich Entrepreneurship auf strukturell-organisatorischer Ebene ergeben. ... können die Studierenden eine Geschäftsidee überzeugend im Rahmen eines Pitches präsentieren. 								
3	Studieninhalte								
	<p>Konzepte, Theorien und Methoden des Entrepreneurship, Intrapreneurship und des Corporate Entrepreneurship, z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsideengenerierung und -evaluation • Erkennen von Geschäftsmöglichkeiten • Gründungsteamzusammensetzung • Gründungsrechtsformen • Markt (Konkurrenzanalyse, Kundennutzen, Marketing etc.) • Unternehmensorganisation und Management • Personalentwicklung • Kosten- und Umsatzplanung, Rentabilität, Liquidität • Gründungsfinanzierung, Finanzierungsinstrumente und -planung, z. B. VCs, Business Angels, Accelerators, Crowdfunding • Gründungs- und KMU-Förderung • Aufbau, Inhalt und Schreiben eines Business Plans • Pitch einer Geschäftsidee • Wettbewerbsanalyse, Entwicklung von Geschäftsmodellen, Finanzierung • Phasenmodelle und der Lean Startup Ansatz • Effectuation vs Causation • Business Plan vs. Business Modell und das Lean Startup Modell • Unternehmer vs. Manager, Unternehmertum als Berufswahl • Innovators' Dilemma und Solution • Schutz des geistigen Eigentums • Management von Interessenskonflikten 								

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) Präsentation (Pitch einer Geschäftsidee) 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 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Kawasaki, G./Filby, L. (2015): The Art of the Start 2.0 The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything. Portfolio Press, Revised Edition. • Spinelli, S./Adams, R. (2016): New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century, 10th edition, McGraw Hill Education, New York. • Wasserman, N. (2013): The Founder's Dilemmas: Anticipating and Avoiding the Pitfalls That Can Sink a Startup. Princeton University Press, Princeton. • Zusätzlich: Ausgewählte aktuelle Fallstudien. Weiterführende Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Amit, R./Zott, C. (2012): Creating Value through Business Model Innovation, in: Sloan Management Review. • Feld, B./Mendelson, J. (2013): Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist, 2nd edition, Wiley, Hoboken. • Grant, A. (2016): Originals: How Non-Conformists Move the World, Viking, New York. • Moore, G.A. (2014): Crossing the Chasm, HarperCollins Publishers, New York. • Alam, M./Nasir, N. (2020): Intrapreneurship concepts for engineers: a systematic review of the literature on its theoretical foundations and agenda for future research. In: Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space. • Hadad, S./Cantaragiu, R. (2017): Corporate social entrepreneurship versus social intrapreneurship: same idea, different trajectories? In: Management & Marketing; Jun2017, Vol. 12 Issue 2, p252-276. • van den Broek, A./Koria, M./Saarelainen, E. (2023): I want to break free: how a design approach guides nascent intrapreneurs in a global public service organisation. In: Journal of Innovation and Entrepreneurship: A Systems View Across Time and Space. • Hinteregger, C./Baldegger, U./Durst, S. (2022): Exploring the Link Between Strategic Human Resource Management, Organizational Culture, and Corporate Entrepreneurship. In: Management Revue. 2022, Vol. 33 Issue 2, p135-160.

7.3 Theory & Practice of Consulting (2.0030.0.01)

Modulnummer			Dauer	Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0030.0.01			1 Semester	3	-	jedes WS und SS	A
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"> Theory & Practice of Consulting (2.0030.0.01) (4 SWS) 						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> ... identifizieren die Studierenden betriebswirtschaftliche Probleme durch methodische Fragestellungen und aktives Zuhören. ... nutzen die Studierenden vorhandene quantitative Daten mit statistischen Methoden zur Entwicklung zur Strategieentwicklung. ... leiten die Studierenden daraus Zielsetzungen zur nutzenorientierten Lösung der Probleme unter Einsatz IT-gestützter Hilfsmittel ab. ... erstellen die Studierenden interdisziplinäre Konzepte zur Problemlösung und sind in der Lage, diese zu überzeugend zu präsentieren. ... nutzen die Studierenden erworbene Kenntnisse über die Besonderheiten der Kommunikationsformen in der Beratertätigkeit zur zielgerichteten, effektiven und verantwortungsbewussten Verhandlung und Beratung. ... diskutieren die Studierenden objektiv die in den Umsetzungskonzepten enthaltenen notwendige Veränderungen unter wissenschaftlichen sowie praktischen Gesichtspunkten. ... sind die Studierenden in der Lage, kritische und konfliktbehaftete Situationen zu erkennen und Methoden anzuwenden, um diese im Sinne der Zielsetzung konsequent zu bewältigen. ... wissen die Studierenden mit den besonderen Aspekten kulturellerer Unterschiede in Beratungsprojekten umzugehen. ... sind die Studierenden in der Lage, anerkannte Projektmanagementmethoden effektiv einzusetzen. ... können die Studierenden die erzielten Umsetzungsergebnisse der Konzepte kritisch bewerten. 						
3	Studieninhalte <ul style="list-style-type: none"> Theoretische und praktische Grundlagen des Consultings Aufbau des Beratungsprozesses von der Akquise bis zum Projektabschluss Techniken, Inhalte und Zielsetzungen von Beratergesprächen Strategieentwicklung, Konzeptableitung und Konzeptvalidierung Professionelle Kommunikation in Konfliktsituationen Ausgewählte Aspekte des Projektmanagements für Beratungsprojekte Besondere Aspekte internationaler und globaler Beratungsprojekte Präsentationstechniken zur Konzept- und Ergebnispräsentation 						
4	Lehrform(en) <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Erläuterung der IT-Systeme und Methoden mit Fallstudien in Form von Lernvideos und digitaler Literatur.</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>Projektarbeit</p>						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Projektarbeit als Gruppenarbeit mit zugehöriger Präsentation ab. Die Präsentation hat einen Umfang von 10-20 Minuten.</p>						

	<p>Für die Gruppenarbeit gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden. • Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten. <p>Zum Abschluss der Projektarbeit ist ein Projektbericht abzugeben, dessen Umfang in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 10, maximal 15 Textseiten beträgt. 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 bei der Präsentation deutlich abgrenzbar sein.</p> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Projektarbeit und der Präsentation mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>Die Note geht mit einem Anteil von 5/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.</p>
9	<p>Modulverantwortlicher</p> <p>Siehe Studienverlaufsplan.</p>
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cope, M. (2010): The Seven Cs of Consulting: The Definitive Guide to the Consulting Process, 3rd edition, FT Press, London. • Kubr, M. (2013): Management Consulting - A Guide to the Profession, 4th edition, Bookwell Publications, Geneva. <p>Weiterführende Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cleland, D. I./Gareis, R. (2006): Global Project Management Handbook: Planning, Organizing, and Controlling International Projects, McGraw-Hill Professional Publishing, Blacklick, Ohio. • Project Management Institute: A Guide to the Project Management Body of Knowledge, PMI, 2017. • Thompson, L.L. (2011): The mind and heart of the negotiator, 5th edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey. • Tommissen, K. (2007): An Innovative View of Management Consultancy - Complemented by a comprehensive selection of tools, Amsterdam, available here: https://lifecycle-performance-pros.com/phocadownload/Resources/Consulting/An-Innovation-View-of-Management-Consultancy.pdf. • Cowle, E. N./Kleppe, T. J./Moon J. (2022): Client Consulting Opportunities and the Reemergence of Big 4 Consulting Practices: Implications for the Audit Market. In: Accounting Review. Nov2022, Vol. 97 Issue 7, p135-168.

8 International Experience & Master's Thesis

8.1 Internship (2.0019.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0019.0.01		1 Semester		4	-	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
250	10	-	0 h	0 h		250 h	
Detailinformationen:							
1	Lehrveranstaltungen: -						
2	Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes) Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... kennen die Studierenden verschiedene Handlungsfelder ihrer Wissenschaftsdisziplin und besitzen die Befähigung zu einer verantwortungsvollen Entscheidung zur Berufswahl und persönlichen Entwicklung. ... sind die Studierenden in der Lage, eigene Erfahrungen in den theoretischen und praktischen Kontext einzuordnen. ... können die Studierenden die im Studium erworbenen Methoden und Konzepte in der Praxis anwenden bzw. den dort eingesetzten Verfahren gegenüberstellen und um die neu erworbenen Erkenntnisse anreichern. ... entwickeln die Studierenden im Einklang mit den Bedürfnissen des Praktikumsgebers eine Auswahl aktueller Themen-/Fragestellungen ggf. zur weiteren Bearbeitung im Rahmen der Masterthesis.						
3	Studieninhalte Die Studierenden sind im Rahmen eines Praktikums in der beruflichen Praxis tätig. Ein Praktikumpartner kann gemäß den eigenen Interessen und den geltenden Bestimmungen der jeweils gültigen Prüfungsordnung Allgemeiner und Besonderer Teil sowie der jeweils gültigen Praktikumsordnung ausgewählt werden. Das Praktikum wird von einem Mentor der Hochschule begleitet. In Vorbereitung auf die Masterthesis werden hier bereits mögliche zu bearbeitende Fragestellungen erschlossen. Der Umfang des Praktikums entspricht mindestens einem Äquivalent von 30 Werktagen in Vollzeit.						
4	Lehrform(en) Synchrone Kontaktzeit: Zu Studienbeginn des zweiten Fachsemesters wird in einer separaten Einführungsveranstaltung über Ziel, Zweck und Ablauf des Praktikums informiert. Asynchrone Kontaktzeit: - Selbststudium: Eigenständige Bearbeitung von berufspraktischen Fragestellungen. Lehrsprache: Deutsch						
5	Teilnahmevoraussetzungen Die Zulassung zum Praktikum kann ab dem zweiten Fachsemester beantragt werden. Dem Antrag auf Zulassung zum Internship ist ein unterschriebener Nachweis der Stelle, an dem das Praktikum ausgeübt werden soll, über den Einsatzbereich und zeitlichen Umfang beizufügen. Die Zulassung zum Internship erfolgt nach Prüfung der Berufsfeldbezogenheit und des zeitlichen Umfangs durch das Prüfungsamt. Näheres regeln die Prüfungsordnung sowie die entsprechende Praktikumsordnung.						
6	Prüfungsform(en) keine						
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses Modul ab, indem sie die entsprechenden Nachweise über die Durchführung des Internships beim Prüfungsamt fristgerecht gemäß der jeweils gültigen Praktikumsordnung einreichen und das Prüfungsamt diese bestätigt.						
8	Stellenwert der Note für die Endnote Für das Modul wird keine Note vergeben. Bei erfolgreichem Nachweis des Internships werden 10/120 ECTS-Punkte vergeben.						
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.						

10	Pflichtliteratur Ggf. verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Praktikums gemeinsam mit dem Praktikums- partner bekanntgegeben
-----------	--

8.2 Master's Thesis

Modulnummer			Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots		Typ
					VZ	TZ			
2.0031.0.01			1 Semester		4	-	jedes WS und SS		A
Workload gesamt	ECTS- Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online		Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium		
500	20	-	0 h		0 h		500 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 oder aus dem Praktikum (Internship) 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 75 Credit Points 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) Master's Thesis								
7	Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten Die Studierenden schließen dieses mit der Masterarbeit ab, deren Umfang zwischen 60 und 80 Seiten beträgt. Nach entsprechender Vorgabe des Betreuers und Genehmigung der Zulassung durch das Prüfungsamt und den zuständigen Studiendekan bzw. Studiengangleiters kann die Master's Thesis auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt: <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 Masterarbeit muss dem in der jeweils gültigen Prüfungsordnung festgelegten Umfang entsprechen.								

	Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Master's Thesis mit einer Modulnote von mindestens 4,0.
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die Note geht mit einem Anteil von 20/110 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
9	Modulverantwortlicher Siehe Studienverlaufsplan.
10	Pflichtliteratur Ggf. verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn in Abstimmung mit den Betreuenden festgelegt.