

# MODULHANDBUCH

für den Studiengang

## MANAGEMENT & AI (MBA)

2 SEMESTER (VOLLZEIT), 3 SEMESTER (TEILZEIT)

## INU - INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fachbereich Management, Technology & Psychology

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Struktureller Aufbau des Studiengangs</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Einführung zum selbstorganisierten Lernen</b>	<b>5</b>
2.1	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen (1.0001.0.01) (optional, außercurricular)	5
<b>3</b>	<b>Fundamentals</b>	<b>7</b>
3.1	Fundamentals of AI & Machine Learning (2.0034.0.01)	7
3.2	Data Strategy & Decision Making (2.0035.0.01)	9
3.3	Research Methods for Business (2.0008.0.01) (optional, außercurricular)	11
<b>4</b>	<b>Management &amp; Leadership</b>	<b>13</b>
4.1	Leadership in the Digital Age (2.0036.0.01)	13
4.2	Digital Transformation & Change Management (2.0037.0.01)	15
4.3	Financial Management (2.0038.0.01)	17
4.4	International Negotiations & Culture (2.0024.0.01) (optional, außercurricular)	19
<b>5</b>	<b>Legal &amp; Ethical Aspects of Artificial Intelligence</b>	<b>21</b>
5.1	Law & Ethics in AI (2.0039.0.01)	21
<b>6</b>	<b>Application of Artificial Intelligence</b>	<b>23</b>
6.1	Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)	23
6.2	Marketing & Sales with AI (2.0041.0.01)	25
6.3	Management of AI Projects (2.0042.0.01)	27
<b>7</b>	<b>Master's Examination</b>	<b>29</b>
7.1	Master's Thesis (2.0043.0.01)	29

## Tabellenverzeichnis

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

## 1 Struktureller Aufbau des Studiengangs

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

- **Themengebiet Fundamentals**
  - Fundamentals of AI & Machine Learning (2.0034.0.01)
  - Data Strategy & Decision Making (2.0035.0.01)
- **Themengebiet Management & Leadership**
  - Leadership in the Digital Age (2.0036.0.01)
  - Digital Transformation & Change Management (2.0037.0.01)
  - Financial Management (2.0038.0.01)
- **Themengebiet Legal & Ethical Aspects of Artificial Intelligence**
  - Law & Ethics in AI (2.0039.0.01)
- **Themengebiet Applications of Artificial Intelligence**
  - Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)
  - Marketing & Sales with AI (2.0041.0.01)
  - Management of AI Projects (2.0042.0.01)
- **Themengebiet Master's Examination**
  - Master's Thesis (2.0043.0.01)

Zusätzlich können optional die außercurricularen Module Research Methods for Business (2.0008.0.01) und International Negotiations & Culture (2.0024.0.01) belegt werden, für die die Studierenden auf Wunsch ein Teilnahmezertifikat erhalten können.

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

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

1. Struktureller Aufbau des Studiengangs

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

Studienverlaufsplan des 2-semesterigen Vollzeitmodells

Management & AI (MBA) - Vollzeit										INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES		
Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester		SWS im Semester		Workload (in Zeitstunden)			Modultyp <sup>1)</sup>	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits Prüfungsformen	Verbund <sup>1)</sup>	
		1	2	1	2	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit - angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				
<b>Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen **)</b>												
1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen			1						A	-	alle Studiengänge
<b>Themengebiet: Fundamentals</b>												
2.0034.0.01	Fundamentals of AI & Machine Learning	5		4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0035.0.01	Data Strategy & Decision Making		5		4	14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0008.0.01	Research Methods for Business	0 <sup>***)</sup>		4		14	42	69	A	Hausarbeit	DBM, IBM, GM	
<b>Themengebiet: Management &amp; Leadership</b>												
2.0036.0.01	Leadership in the Digital Age	5		4		14	42	69	P	Präsentation und Handout	-	
2.0037.0.01	Digital Transformation & Change Management	5		4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	GM	
2.0038.0.01	Financial Management	5		4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0024.0.01	International Negotiations & Culture		0 <sup>***)</sup>		4	14	42	69	A	Präsentation und Handout	IBM	
<b>Themengebiet: Legal &amp; Ethical Aspects of Artificial Intelligence</b>												
2.0039.0.01	Law & Ethics in AI	5		4		14	42	69	P	Hausarbeit	-	
<b>Themengebiet: Applications of Artificial Intelligence</b>												
2.0040.0.01	Entrepreneurship & Business Development with AI	5		4		14	42	69	P	Case Study	GM	
2.0041.0.01	Marketing & Sales with AI		5		4	14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-	
2.0042.0.01	Management of AI Projects		5		4	14	42	69	P	Case Study	-	
<b>Themengebiet: Master's Examination</b>												
2.0043.0.01	Master's Thesis		15		0	0	0	375	P	Abschlussarbeit	-	
<b>Summe ECTS-Punkte / SWS je Semester</b>		30	30	24	12							
<b>Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt</b>		60		36								
<b>Summe Workload</b>					126		378		996			
							1500					

<sup>1)</sup> **Legende**

Verbund-Studiengänge	
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
GM	General Management (MBA)
M&AI	Management & AI (MBA)
Modultyp	
P	Pflichtmodul
A	Außerrcurriculares optionales Modul
***)	optional Zertifikat erhältlich, siehe Modulhandbuch

<sup>2)</sup> **Hinweis:**  
Das Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen ist ein optionales, außerrcurriculares Modul, das sich vor Beginn des Vorlesungszeitraums an Studienanfängerinnen und -anfänger richtet und Kenntnisse über die im Studium zu verwendenden Online-Systeme sowie Methoden zur Selbstorganisation vermittelt.

Tabelle 1: Studienverlaufsplan des 2-semesterigen Vollzeitmodells

1. Struktureller Aufbau des Studiengangs

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



Studienverlaufsplan des 3-semesterigen Teilzeitmodells

Management & AI (MBA) - Teilzeit										INU		INNOVATIVE UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES			
Modul Nr.	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte im Semester			SWS im Semester			Workload (In Zeitstunden)			Modultyp <sup>1)</sup>	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits	Verbund <sup>1)</sup>		
		1	2	3	1	2	3	synchrone Kontaktzeit Online	asynchrone Kontaktzeit - angeleitetes Selbststudium	Selbststudium				Prüfungsformen	
<b>Themengebiet: Einführung zum selbstorganisierten Lernen **)</b>															
1.0001.0.01	Einführungsprojekt zum selbstorganisierten Lernen				1							A	-	alle Studiengänge	
<b>Themengebiet: Fundamentals</b>															
2.0034.0.01	Fundamentals of AI & Machine Learning	5			4			14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-		
2.0035.0.01	Data Strategy & Decision Making		5			4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-		
2.0008.0.01	Research Methods for Business	0 <sup>***)</sup>			4			14	42	69	A	Hausarbeit	DBM, IBM, GM		
<b>Themengebiet: Management &amp; Leadership</b>															
2.0036.0.01	Leadership in the Digital Age	5			4			14	42	69	P	Präsentation und Handout	-		
2.0037.0.01	Digital Transformation & Change Management	5			4			14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	GM		
2.0038.0.01	Financial Management		5			4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-		
2.0024.0.01	International Negotiations & Culture			0 <sup>***)</sup>			4	14	42	69	A	Präsentation und Handout	IBM		
<b>Themengebiet: Legal &amp; Ethical Aspects of Artificial Intelligence</b>															
2.0039.0.01	Law and Ethics in AI	5			4			14	42	69	P	Hausarbeit	-		
<b>Themengebiet: Applications of Artificial Intelligence</b>															
2.0040.0.01	Entrepreneurship & Business Development with AI		5			4		14	42	69	P	Case Study	GM		
2.0041.0.01	Marketing & Sales with AI		5			4		14	42	69	P	Klausur (75 Minuten)	-		
2.0042.0.01	Management of AI Projects			5		4		14	42	69	P	Case Study	-		
<b>Themengebiet: Master's Examination</b>															
2.0043.0.01	Master's Thesis			15			0	0	0	375	P	Abschlussarbeit	-		
<b>Summe ECTS-Punkte / SWS je Semester</b>		20	20	20	16	16	4								
<b>Summe ECTS-Punkte / SWS gesamt</b>		40			32										
<b>Summe Workload</b>								126	378	996					
								1500							

*) Legende	
<b>Verbund-Studiengänge</b>	
DBM	Digital Business Management (M.A.)
IBM	International Business Management (M.A.)
GM	General Management (MBA)
M&AI	Management & AI (MBA)
<b>Modultyp</b>	
P	Pflichtmodul
A	Außerrcurriculares optionales Modul
	*** optional Zertifikat erhältlich, siehe Modulhandbuch

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

Tabelle 2: Studienverlaufsplan des 3-semesterigen Teilzeitmodells

## 2 Einführung zum selbstorganisierten Lernen

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

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
1.0001.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
- h	0	1	- h	- h		- h	
Detailinformationen:							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> 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.						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ... sich auf den Online-Systemen der INU – Innovative University of Applied Sciences anzumelden und die Funktionalitäten zu verstehen und anzuwenden, ... für sich selbst ein adäquates Selbst- und Zeitmanagement zu entwickeln, ... verschiedene Lern- und Arbeitstechniken anzuwenden und die digitalen Medien zur Kommunikation, Kollaboration und Organisation anzuwenden, ... sich mit Kommilitonen und Kommilitoninnen zur Bildung von Lerngruppen zu vernetzen, ... digital mit Professoren und Professorinnen in Kontakt zu treten und verschiedene interaktive Kommunikationskanäle zu nutzen, ... ihre eigene Lernplanung für ihr Studium zu erstellen und Lernstrategien zu reflektieren und Anpassungen vorzunehmen, ... Tools der Lernplattform und digitale Werkzeuge zur Kommunikation und zur Zusammenarbeit untereinander zu nutzen und daraus ableitend Konzepte für die onlinebezogene Kommunikation im Berufsleben einzuschätzen und bewerten zu können, ... studienrelevante Verwaltungsvorgänge digital mit den Online-Systemen durchzuführen sowie ... an Online-Tests zur Erfolgskontrolle teilzunehmen.						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Virtuelle Lernprozesse - eine Einführung</li> <li>• Online-Systeme der INU</li> <li>• Online-Studium und Lernprojekte - Wissensmanagement</li> <li>• Fokussierung auf das Lernen</li> <li>• Kommunikation</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b> 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						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b> keine						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> Es werden keine ECTS-Punkte vergeben.						

## 2. Einführung zum selbstorganisierten Lernen

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

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

### 3 Fundamentals

#### 3.1 Fundamentals of AI & Machine Learning (2.0034.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0034.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14	42		69	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fundamentals of AI &amp; Machine Learning (2.0034.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b>						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... grundlegende Konzepte, Techniken und Anwendungsbereiche der Artificial Intelligence (AI) zu evaluieren und anzuwenden.</li> <li>... die wesentlichen Konzepte und Algorithmen des maschinellen Lernens (Machine Learning) zu verstehen und in praxisnahen Szenarien zu implementieren.</li> <li>... gängige Algorithmen auszuwählen und für spezifische Anwendungsfelder zu beurteilen.</li> <li>... die Performance von Machine-Learning-Modellen zu bewerten, zu optimieren und auf Business-Anwendungen anzuwenden.</li> <li>... Methoden der Wissensrepräsentation und der automatisierten Entscheidungsfindung zu analysieren und kritisch zu evaluieren.</li> <li>... einfache AI-Modelle mit gängigen Bibliotheken einzuordnen.</li> <li>... Machine-Learning-Modelle gezielt für Entscheidungsprozesse im Management anzuwenden und deren Mehrwert für Unternehmen zu bewerten.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung in die Thematik der Artificial Intelligence &amp; Machine Learning</li> <li>Maschinelles Lernen (ML) – Grundlagen</li> <li>Neuronale Netze und Deep Learning</li> <li>Anwendungsfälle von Machine Learning im Management</li> <li>AI-Implementierung und Werkzeuge</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>						
	Klausur (75 Minuten)						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>						
	Siehe Studienverlaufsplan.						

**10 Pflichtliteratur**

- Baig, M. R. (2024). *Optimizing AI and machine learning solutions: Your ultimate guide to building high-impact ML/AI solutions*. BPB Publications.
- Hwang, Y. H. / Burtch, N. C. (2024). *Machine learning and generative AI for marketing: Take your data-driven marketing strategies to the next level using Python*. Packt Publishing.

**Weiterführende Literatur**

- Flores-García, E., Hoon Kwak, D., Jeong, Y., & Wiktorsson, M. (2025). Machine learning in smart production logistics: A review of technological capabilities. *International Journal of Production Research*, 63(5), 1898–1932.
- Fornasiero, R.; Kiebler, L.; Falsafi, M. (2025): Proposing a maturity model for assessing Artificial Intelligence and Big data in the process industry. In: *International Journal of Production Research*. S. 1235-1255.
- Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep Learning*. MIT Press.
- Queiroz, M.; Anand, A. Baird, A. (2024): Manager Appraisal of Artificial Intelligence Investments. In: *Journal of Management Information Systems*. S. 682-707.
- Radisic-Aberger, O., Burggräf, P., Steinberg, F., Becher, A., & Weisser, T. (2024). Predicting schedule adherence of engineering changes – A case study on effectivity date adherence prediction using machine learning. *International Journal of Production Research*, Ahead of Print, 1–25.
- Russell, S., & Norvig, P. (2020). *Artificial Intelligence: A Modern Approach*. Pearson.
- Vlachos, I., & Reddy, P. G. (2025). Machine learning in supply chain management: Systematic literature review and future research agenda. *International Journal of Production Research*, Ahead of Print, 1–30.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.

### 3.2 Data Strategy & Decision Making (2.0035.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0035.0.01		1 Semester		2	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Data Strategy &amp; Decision Making (2.0035.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b>						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... verfügen die Studierenden über Data-Literacy-Kompetenzen.</li> <li>... wissen Studierende um die Bedeutung einer Datenstrategie und deren Inhalte.</li> <li>... verfügen die Studierenden über Fähigkeiten und Kenntnisse, um datenbasierte Strategien zu entwickeln.</li> <li>... haben Studierende gelernt, wie im Unternehmen Daten effektiv gesammelt, analysiert und interpretiert werden können, um strategische Geschäftsentscheidungen zu unterstützen.</li> <li>... haben Studierende das Erlernte an praxisrelevanten Fallstudien erprobt.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung in Datenstrategie und deren Bedeutung für Unternehmen:</li> <li>Methoden der Datensammlung und -analyse:</li> <li>Werkzeuge und Technologien für datengestützte Entscheidungsfindung:</li> <li>Fallstudien und praktische Anwendungen:</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
	Es wird empfohlen, das Modul Fundamentals of AI & Machine Learning (2.0034.0.01) erfolgreich absolviert zu haben.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>						
	Klausur (75 Minuten)						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>						
	Siehe Studienverlaufsplan.						
<b>10</b>	<b>Pflichtliteratur</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marr, B. (2017): Data Strategy: How to Profit from a World of Big Data, Analytics and the Internet of Things, Kogan Page.</li> <li>Davenport, T. H. / Harris, J. G. (2017): Competing on Analytics: The New Science of Winning, Harvard Business Review Press.</li> <li>Munro, K. / Papp, S. / Toth, Z. / Weidinger, W. / Nikolic, D. (2025): The Handbook of Data Science and AI: Generate Value from Data with Machine Learning and Data Analytics, 2<sup>nd</sup> edition, Carl Hanser Verlag.</li> </ul>						

**Weiterführende Literatur**

- Oettinger, M. (2024): Data Science: Eine praxisorientierte Einführung im Umfeld von Machine Learning, künstlicher Intelligenz und Big Data, 3. Aufl., Tredition.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.

### 3.3 Research Methods for Business (2.0008.0.01) (optional, außercurricular)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0008.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	A
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125	-	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Research Methods for Business (2.0008.0.01) (optional, außercurricular) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... 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.						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Herkunft und Anwendungsgebiete verschiedener Forschungsansätze</li> <li>Kriterien guter Forschungspraxis und ethische Richtlinien</li> <li>Quantitative Methoden</li> <li>Qualitative Methoden</li> <li>Entwicklung eines Forschungsprojektes</li> <li>Aktuelle Forschungsbeispiele im internationalen Kontext</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b> Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b> Es ist keine Prüfungsform obligatorisch vorgeschrieben. Sofern die Studierenden ein Zertifikat erhalten möchten, muss dieses Modul mit einer Hausarbeit, deren Umfang 12 bis 15 Seiten beträgt, abgeschlossen werden. Gruppenarbeiten sind möglich. Näheres regeln die Prüfungsordnungen und Leitfäden des Prüfungsamts. Voraussetzung für die Vergabe eines Zertifikats ist eine Benotung der Hausarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> Es werden keine ECTS-Punkte vergeben.
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> Das Modul geht nicht in die Bewertung der Endnote ein.
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b> Siehe Studienverlaufsplan.
<b>10</b>	<b>Pflichtliteratur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clow, K. E./James, K. E. (2014): Essentials of Marketing Research: Putting Research into Practice, Sage Publications, 2014.</li> <li>• Staddon, J. (2024): Scientific Method: How Science Works, Fails to Work, and Pretends to Work. Oxford: Routledge.</li> <li>• Weitere verbindliche Literatur und Textstellen werden zu Beginn des Kurses bekanntgegeben.</li> </ul> <b>Weiterführende Literatur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Saunders, M./Lewis, P./Thornhill, A. (2016): Research Methods for Business Students, 7th edition, Pearson, Harlow.</li> <li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.</li> </ul>

## 4 Management & Leadership

### 4.1 Leadership in the Digital Age (2.0036.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0036.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leadership in the Digital Age (2.0036.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b>						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... Führungsfähigkeiten in digitalen Kontexten zu entwickeln: Sie verstehen, wie sich Führung im digitalen Zeitalter verändert und können moderne Führungsstile und -methoden in einer digitalen Arbeitswelt anwenden.</li> <li>... technologische Trends und deren Auswirkungen auf Führung zu analysieren: Sie können die Auswirkungen von Digitalisierung, AI und Automatisierung auf Unternehmensstrukturen und -strategien bewerten.</li> <li>... Nachhaltigkeit in die Führung zu integrieren: Sie können Herausforderungen im Zusammenhang mit der Nutzung digitaler Technologien erkennen und verantwortungsbewusste, nachhaltige Entscheidungen treffen.</li> <li>... Agilität und Resilienz zu fördern: Sie entwickeln Ansätze, um Teams durch unsichere, komplexe und dynamische Situationen zu führen und gleichzeitig eine Unternehmenskultur der Innovation und Flexibilität zu etablieren.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rolle der Führung im digitalen Zeitalter</li> <li>Technologische Innovation und Führung</li> <li>Verantwortung in der digitalen Führung</li> <li>Führung in virtuellen und dezentralen Teams in verteilten Arbeitsumgebungen</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>						
	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>						
	Präsentationen und Handout.						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>						
	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.						
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>						
	Siehe Studienverlaufsplan.						

<b>10</b>	<p><b>Pflichtliteratur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Charan, R. / Drotter, S. / Noel, J. L. / Jonasen, K. (2024). The leadership pipeline: Developing leaders in the digital age (3rd ed.). Wiley.</li> <li>• Langdon, C. / Gowing, N. (2018). Thinking the unthinkable: A new imperative for leadership in the digital age. John Catt.</li> <li>• Verbree, R. J. (2021). Leadership in the digital age: How to inspire your team. Morgan James Publishing.</li> </ul> <p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Abbu, H., Mugge, P., Gudergan, G., Hoeborn, G., &amp; Kwiatkowski, A. (2022). Measuring the human dimensions of digital leadership for successful digital transformation: Digital leaders can use the authors' Digital Leadership Scale to assess their own readiness and ability to accelerate digital transformation. <i>Research Technology Management</i>, 65(3), 36–45.</li> <li>• Marcum, D. B. (2016): Library leadership for the digital age. <i>Information Services &amp; Use</i>, 36(1/2), 105–111.</li> <li>• Pullan, P. (2022): Virtual Leadership. Practical Strategies with Remote or Hybrid Work and Teams. 2<sup>nd</sup> edition, London, Kogan Page.</li> <li>• Qiao, G., Li, Y., &amp; Hong, A. (2024). The strategic role of digital transformation: Leveraging digital leadership to enhance employee performance and organizational commitment in the digital era. <i>Systems</i>, 12(11), 457.</li> <li>• Rogers, D.L. (2023): The Digital Transformation Roadmap: Rebuild Your Organization for Continuous Change, Columbia University Press, Chichester.</li> <li>• Sacavém, A., de Bem Machado, A., dos Santos, J. R., Palma-Moreira, A., Belchior-Rocha, H., &amp; Au-Yong-Oliveira, M. (2025): Leading in the digital age: The role of leadership in organizational digital transformation. <i>Administrative Sciences</i>, 15(2), 43.</li> <li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</li> </ul>
-----------	--

## 4.2 Digital Transformation & Change Management (2.0037.0.01)

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

<b>10</b>	<p><b>Pflichtliteratur</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rogers, D.L. (2023): The Digital Transformation Roadmap: Rebuild Your Organization for Continuous Change, Columbia University Press, Chichester.</li><li>• Steiber, A. (2022): Leadership for a Digital World. The Transformation of GE Appliances, Springer, Cham.</li></ul> <p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Mülder, W. / Barton, T. / Wirtz, K. W. (2024). Digitalisierte Unternehmen: So gelingt die Digitale Transformation im Unternehmen. Springer, Wiesbaden.</li><li>• Pullan, P. (2022): Virtual Leadership. Practical Strategies with Remote or Hybrid Work and Teams. 2<sup>nd</sup> edition, London, Kogan Page.</li><li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</li></ul>
-----------	---

### 4.3 Financial Management (2.0038.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0038.0.01		1 Semester		1	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Financial Management (2.0038.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden ... die wichtigsten Finanzkennzahlen analysieren und bewerten, um die finanzielle Gesundheit eines Unternehmens zu beurteilen. ... eine fundierte Bilanzanalyse, Cashflow-Analyse und Gewinn- und Verlustrechnung durchführen. ... digitale Tools und AI einsetzen, um datengetriebene finanzielle Entscheidungen zu treffen, die die Unternehmensstrategie und -effizienz optimieren. ... Finanzstrategien entwickeln und implementieren, die sowohl die kurzfristige Liquidität als auch die langfristige Unternehmensentwicklung sicherstellen, unter Berücksichtigung von Risiken und Chancen im digitalen Umfeld. ... Investitionsprojekte bewerten und Entscheidungen zur Kapitalstruktur treffen, basierend auf einer detaillierten Analyse der Marktbedingungen und digitaler Trends. ... finanzielle Modelle entwickeln, die sowohl traditionelle Finanzmethoden als auch AI-gestützte Prognosen zur Unterstützung der Unternehmensstrategie nutzen.						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einführung in das Finanzmanagement</li> <li>Finanzkennzahlen und deren Analyse</li> <li>Budgetierung und Forecasting</li> <li>Strategisches Finanzmanagement im digitalen Zeitalter</li> <li>Finanzielle Modellierung und Simulationen</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b> Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten. Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle. Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium. Lehrsprache: Deutsch						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b> Klausur (75 Minuten)						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b> Siehe Studienverlaufsplan.						

**10 Pflichtliteratur**

- Alexander, J. (2018). Financial planning & analysis and performance management (1st ed.). Wiley.
- Brigham, E./ Houston, J. (2025): Fundamentals of Financial Management, 17<sup>th</sup> edition, Boston, Cengage Learning.
- Parmenter, D. (2016). The financial controller and CFO's toolkit: Lean practices to transform your finance team (3rd ed.). Wiley.

**Weiterführende Literatur**

- Bahoo, S./ Cucculelli, M./ Goga, X./ Mondolo, J. (2024): Artificial intelligence in Finance: a comprehensive review through bibliometric and content analysis. SN Bus Econ 4, 23, S. 1-46.
- Hanlon, M./ Magee, R./ Pfeiffer, G./ Kulp, S./ Dragoo, A. (2024): Financial & Managerial Accounting for Decision Makers, 5th edition, Cambridge, Cambridge Business Publishers.
- Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.

#### 4.4 International Negotiations & Culture (2.0024.0.01) (optional, außerrcurricular)

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	-	4	14 h	42 h		69 h	
Detailinformationen:							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>International Negotiations &amp; Culture (2.0024.0.01) (optional, außerrcurricular) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls ... 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.						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Theoretische Grundlagen der interkulturellen Zusammenarbeit</li> <li>Der Einfluss von Kulturen auf Wahrnehmungsprozesse</li> <li>Das Wesen und die unterschiedlichen Grundprägungen von Konflikten und Verhandlungen</li> <li>Konfliktmanagement(-prozess)</li> <li>Grundlagen der Verhandlungstechniken</li> <li>Praxisübungen: Simulation von Konflikt- und interkulturellen Verhandlungssituationen (Rollenspiele)</li> </ul>						

<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>	<p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>	<p>Es ist keine Prüfungsform obligatorisch vorgeschrieben.</p> <p>Sofern die Studierenden ein Zertifikat erhalten möchten, muss dieses Modul mit einer Präsentation und einem Handout abgeschlossen werden. 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 eines Zertifikats ist eine Benotung der Präsentation mit Handout mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>	Es werden keine ECTS-Punkte vergeben.
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>	Das Modul geht nicht in die Bewertung der Endnote ein.
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b>	Siehe Studienverlaufsplan.
<b>10</b>	<b>Pflichtliteratur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brett, J. M. (2014): Negotiating Globally: How to Negotiate Deals, Resolve Disputes, and Make Decisions Across Global Boundaries, 3rd edition, Jossey-Bass.</li> <li>• Lewicki, R. J./Barry, B./Saunders, D. M. (2018): Essentials of Negotiation, 5th edition, McGraw Hill Education, New York.</li> </ul> <p><b>Weiterführende Literatur</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hofstede, G./Hofstede, J./Minkov, M. (2010): Cultures and Organizations: Software of the Mind, McGraw Hill, New York.</li> <li>• Fisher, R./Ury, W./Patton, B. (2011): Getting to Yes. Penguin Books, 3rd edition, New York.</li> <li>• Luthans, F./Doh, J.P. (2015): International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 9th edition. McGraw Hill Education, New York.</li> <li>• Worm, V./Kumar, R. (2014): Pragmatism versus Idealism: Understanding the Negotiating Practices in China and India, Thunderbird International Business Review, 56 (6), 519–530.</li> <li>• Meyer, E. (2016): The Culture Map. Public Affairs, New York.</li> <li>• Trompenaars, F./Hampden-Turner, C. (2012): Riding the Waves of Culture, 3rd edition, Nicholas Brealey Publishing, London.</li> <li>• Panke, D. (2020): States as Drivers of Regionalization? Examining Negotiations in International Economic Organizations. In: International Negotiation. 2020, Vol. 25 Issue 2, p201-224.</li> <li>• 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.</li> </ul>

## 5 Legal & Ethical Aspects of Artificial Intelligence

### 5.1 Law & Ethics in AI (2.0039.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0039.0.01		1 Semester		1	1	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Law &amp; Ethics in AI (2.0039.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b>						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... verfügen die Studierenden über definitorisch-terminologisches Grundlagenwissen aus den Bereichen Wirtschaftsethik und Wirtschaftsrecht</li> <li>... verfügen die Studierenden über Wissen in den wichtigsten Rechtsfragen im Zusammenhang mit dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Unternehmenspraxis</li> <li>... kennen die Studierenden die wachsenden Schnittstellen zwischen moralischen, juristischen und wirtschaftsbezogenen Fragestellungen, die durch das Vordringen der Künstlichen Intelligenz neue und veränderte Relevanz erfahren.</li> <li>... verstehen die Studierenden die Verbindungen und Zielkonflikte aus wirtschaftlichem Handeln und Ethik und die Wechselbezüge zu rechtlichen Fragestellungen</li> <li>... kennen die Studierenden aktuelle Rechtsverordnungen und Vorschriften für die unternehmerische Praxis (bspw. EU AI Act/ KI-VO, Datenschutzrecht)</li> <li>... wenden die Studierenden erworbenes Wissen anhand aktueller gesellschaftlich relevanter Herausforderungen durch das Vordringen von AI in vielfältige Rechtsgebiete fallbezogen an</li> <li>... Die Studierenden reflektieren ihre eigenen Wertvorstellungen und ihr Ethikverständnis im Wirtschaftskontext.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terminologische Einführung in die Ethik und Wirtschaftsethik und ihrer zentralen Denkrichtungen</li> <li>Wirtschaftsethik und ethik-relevante Fragestellungen im „Digital Age“</li> <li>Risiken und Konflikte zwischen unternehmerischen und gesellschaftlichen Zielvorstellungen (an ausgewählten Beispielen, etwa Umweltschutz, Nachhaltigkeit, Staatsverschuldung, Überkonsum, Generationenkonflikt u.a.)</li> <li>Überblick über Rechtsgebiete, die durch AI besondere Relevanz erfahren</li> <li>Urheberrecht im Lichte von AI-erzeugten Werken</li> <li>Datenschutzrechtliche Herausforderungen durch AI-Verwendung im Unternehmen</li> <li>Rechtliche Vorgaben im Umgang mit personenbezogenen Daten</li> <li>Haftungsfragen beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz</li> <li>Aktuelle AI-bezogene Rechtsvorgaben</li> <li>Schwerpunktsetzungen können semesterweise und vor dem Hintergrund aktueller politisch-ethischer Problemfelder durch das Lehrpersonal eingebracht werden</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
	Es werden keine Kenntnisse aus anderen Modulen vorausgesetzt.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>						
	Hausarbeit						

<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> 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.
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b> Siehe Studienverlaufsplan.
<b>10</b>	<b>Pflichtliteratur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ferrell, O./ Fraedrich, J. (2021): Business Ethics, Cengage Learning, Boston.</li> <li>• Lutge, C. / Uhl, M. (2021): Business Ethics: An Ecomically Informed Perspective, Oxford University Press.</li> <li>• DesJardins, J. (2024): An Introduction to Business Ethics, 7<sup>th</sup> edition, McGraw Hill.</li> <li>• Openstax (2018): Business Ethics.</li> </ul> <b>Weiterführende Literatur</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Göllner, S. / Tropmann-Frick, M. (2023). Bridging the Gap between Theory and Practice: Towards Responsible AI Evaluation. Workshop at KI2023: 46th German Conference on Artificial Intelligence, 26 - 29 September 2023: Berlin, Germany.</li> <li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</li> </ul>

## 6 Application of Artificial Intelligence

### 6.1 Entrepreneurship & Business Development with AI (2.0040.0.01)

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

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

## 6.2 Marketing & Sales with AI (2.0041.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0041.0.01		1 Semester		2	2	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing &amp; Sales with AI (2.0041.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b>						
	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... die Rolle von AI im Marketing und Vertrieb zu verstehen und ihre Einsatzmöglichkeiten strategisch einzuordnen.</li> <li>... datengetriebene Marketingstrategien mit AI zu entwickeln, um Kundenbedürfnisse besser zu identifizieren und gezielt anzusprechen.</li> <li>... AI-gestützte Verkaufsstrategien zu analysieren und optimieren, um Lead-Generierung, Conversion Rates und Kundenbindung zu verbessern.</li> <li>... predictive Analytics und Machine Learning im Marketing- und Vertriebsumfeld einzusetzen, um fundierte Geschäftsentscheidungen zu treffen.</li> <li>... Automatisierungstools für personalisierte Kundenkommunikation und Vertriebserfolg zu nutzen (z. B. Chatbots, Empfehlungssysteme, CRM-Automatisierung, etc.).</li> <li>... die Auswirkungen von AI auf Kaufentscheidungsprozesse und das Kundenverhalten zu analysieren und entsprechende Maßnahmen abzuleiten.</li> <li>... Erfolgsmetriken und Performance-Indikatoren für AI-gestütztes Marketing und Sales zu definieren und zu überwachen.</li> <li>... AI-gestützte Marktforschung für präzisere Marktanalysen und Prognosen einzusetzen.</li> <li>... Konsumentenverhaltensvorhersage durch AI zu optimieren, um gezielte Marketingmaßnahmen zu entwickeln.</li> <li>... dynamische Preispolitik durch AI-Modelle zu implementieren, um Marktveränderungen flexibel anzupassen.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b>						
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen des AI-gestützten Marketings und Vertriebs</li> <li>AI-gestützte Markt- und Kundenanalyse</li> <li>AI-gestützte Verkaufsstrategien und Vertriebseffizienz</li> <li>Tools und Automatisierung im Marketing &amp; Sales durch AI</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b>						
	Synchrone Kontaktzeit:		Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.				
	Asynchrone Kontaktzeit:		Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.				
	Selbststudium:		Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.				
	Lehrsprache:		Deutsch				
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>						
	Es wird empfohlen, das Modul Fundamentals of AI & Machine Learning (2.0034.0.01) erfolgreich absolviert zu haben.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b>						
	Klausur (75 Minuten)						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b>						
	Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Klausur ab, deren Bearbeitungsdauer 75 Minuten beträgt. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Klausur mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b>						
	Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.						

9	<b>Modulverantwortlicher</b> Siehe Studienverlaufsplan.
10	<b>Pflichtliteratur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Rainsberger, L. (2022): AI – The new intelligence in sales: Tools, applications and potentials of artificial intelligence. Springer.</li><li>• Vieira, V., Agnihotri, R., &amp; Dugan, R. (2024). Research note: The impact of CI diversity and organizational tenure on the relationship between competitive intelligence and sales performance: A meta-analytic review. Journal of Personal Selling &amp; Sales Management, Ahead of Print, 1–13.</li><li>• Zhang, H., Zhang, X., &amp; Song, M. (2021). Deploying AI for new product development success: By embracing and incorporating AI in all stages of NPD, companies can increase their success rate of NPD projects. Research Technology Management, 64(5), 50–57.</li></ul> <b>Weiterführende Literatur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Agrawal, A., Gans, J., &amp; Goldfarb, A. (2018). Prediction Machines: The Simple Economics of Artificial Intelligence. Harvard Business Review Press.</li><li>• Blount, J., &amp; Iannarino, A. (2022): The AI edge: Sales strategies for unleashing the power of AI to save time, sell more, and crush the competition. Springer.</li><li>• Chernev, A., Keller, K., &amp; Kotler, P. (2021). Marketing management (16th Global ed.). Pearson.</li><li>• Davenport, T. H. (2018). The AI Advantage: How to Put the Artificial Intelligence Revolution to Work. MIT Press.</li><li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</li></ul>

### 6.3 Management of AI Projects (2.0042.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0042.0.01		1 Semester		2	3	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
125 h	5	4	14 h	42 h		69 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Management of AI Projects (2.0042.0.01) (4 SWS)</li> </ul>						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>... AI-Projekte methodisch fundiert zu planen und zu steuern.</li> <li>... Geschäftsanforderungen in technische Anforderungen für AI-Anwendungen zu übersetzen.</li> <li>... Herausforderungen in der Implementierung von AI in Geschäftsprozessen zu erkennen und zu adressieren.</li> <li>... Agile und klassische Projektmanagementmethoden für AI-Projekte anzuwenden.</li> <li>... Die ethischen, regulatorischen und organisatorischen Aspekte von AI-Projekten zu bewerten.</li> <li>... Strategien zur Skalierung und nachhaltigen Integration von AI-Lösungen in Unternehmen zu entwickeln.</li> </ul>						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlagen des AI-Projektmanagements</li> <li>Projektinitiierung und -planung</li> <li>Projektsteuerung und Implementierung</li> <li>Ethische, regulatorische und organisatorische Aspekte</li> <li>Skalierung und nachhaltige Integration von AI-Lösungen</li> </ul>						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b> <p>Synchrone Kontaktzeit: Online-Vorlesung, Diskussion von Fallstudien, Nutzung von interaktiven Feedbackmöglichkeiten.</p> <p>Asynchrone Kontaktzeit: Lernvideos, digitale Literatur, Lernaufgaben als Einzel- oder Gruppenaufgaben und Anleitung zum Literaturstudium sowie onlinebasierte Selbstlern-tests zur eigenen Lernfortschrittskontrolle.</p> <p>Selbststudium: Selbstgesteuerte Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen und Fallstudien sowie Literaturstudium.</p> <p>Lehrsprache: Deutsch</p>						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> <p>Es wird empfohlen, das Modul Fundamentals of AI &amp; Machine Learning (2.0034.0.01) erfolgreich absolviert zu haben.</p>						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b> <p>Case Study</p>						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> <p>Die Studierenden schließen dieses Modul mit einer Case Study inklusive Vortrag ab. Der Umfang der Case Study beträgt mindestens 10, maximal 15 Seiten. Die Vortragsdauer inklusive Diskussion beträgt mindesten 10, maximal 20 Minuten.</p> <p>Nach entsprechender Vorgabe des Dozenten können Case Studies auch als Gruppenarbeit erbracht werden. In diesem Fall gilt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Leistung eines jeden Studierenden muss individuell bewertet werden.</li> <li>Die Gruppengröße soll 3 Personen nicht überschreiten.</li> <li>Der Umfang der Case Study beträgt in Abhängigkeit von dem zu bearbeitenden Thema pro Person mindestens 5, maximal 10 Textseiten.</li> <li>Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss aufgrund von Abschnitten, Seitenzahlen oder anderen Kriterien deutlich abgrenzbar und gekennzeichnet sein.</li> <li>Die individuelle Leistung eines jeden Studierenden muss ebenfalls beim Vortrag deutlich abgrenzbar sein.</li> </ul> <p>Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist eine Benotung der Case Study inklusive Vortrag mit einer Modulnote von mindestens 4,0.</p>						

<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> Die Note geht mit einem Anteil von 5/60 ECTS-Punkten in die Endnote ein.
<b>9</b>	<b>Modulverantwortlicher</b> Siehe Studienverlaufsplan.
<b>10</b>	<b>Pflichtliteratur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Project Management Institute (2021): The Standard for Project Management and a Guide to the Project Management Body of Knowledge, 7<sup>th</sup> edition, PMI, Newton.</li></ul> <b>Weiterführende Literatur</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vaidyanathan, G. (2022): Project Management. Process, technology and Practice, Kendall Hunt Publishing, Dubuque.</li><li>• Weitere empfehlenswerte Literatur wird zu Beginn des Moduls bekannt gegeben.</li></ul>

## 7 Master's Examination

### 7.1 Master's Thesis (2.0043.0.01)

Modulnummer		Dauer		Studiensemester		Häufigkeit des Angebots	Typ
				VZ	TZ		
2.0043.0.01		1 Semester		2	3	jedes WS und SS	P
Workload gesamt	ECTS-Punkte	SWS	Synchrone Kontaktzeit Online	Asynchrone Kontaktzeit angeleitetes Selbststudium		Selbststudium	
375 h	15	0	0 h	0 h		375 h	
<b>Detailinformationen:</b>							
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen:</b> -						
<b>2</b>	<b>Angestrebte Lernergebnisse (learning outcomes)</b> 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.						
<b>3</b>	<b>Studieninhalte</b> Die Studierenden entwickeln gemeinsam mit den Betreuenden das Thema der Masterarbeit. Das Thema kann sich aus einer Lehrveranstaltung ergeben, muss sich aber nicht zwingend darauf beziehen.						
<b>4</b>	<b>Lehrform(en)</b> Synchrone Kontaktzeit: - Asynchrone Kontaktzeit: - Selbststudium: Eigenständige Erstellung der Masterarbeit. Lehrsprache: Deutsch						
<b>5</b>	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> Die Zulassung kann nur erfolgen, wenn die Antragstellerin bzw. der Antragsteller 1. für das laufende Semester immatrikuliert ist und 2. die für die Zulassung erforderlichen Modulprüfungen und Prüfungsleistungen erfolgreich erbracht und insgesamt mindestens 30 ECTS-Punkte zum Zeitpunkt der Antragsstellung erworben hat und 3. sich nicht in einem entsprechenden oder vergleichbaren Prüfungsverfahren befindet und eine entsprechende oder vergleichbare Prüfungsleistung nicht endgültig nicht bestanden hat.						
<b>6</b>	<b>Prüfungsform(en)</b> Abschlussarbeit						
<b>7</b>	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Punkten</b> Die Studierenden schließen dieses mit der Masterarbeit ab, deren Umfang zwischen 50 und 70 Seiten beträgt. Die Bearbeitungszeit (Zeitraum von der Ausgabe des Themas bis zur Abgabe der Masterarbeit) beträgt 15 Wochen im Vollzeitstudium und 20 Wochen im Teilzeitstudium. Vorgaben zur Formatierung (Schriftgröße, Schriftart etc.) für den jeweiligen Masterstudiengang sind den Leitfäden des Prüfungsamtes zu entnehmen. Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Punkten ist das Bestehen der Abschlussarbeit mit einer Modulnote von mindestens 4,0.						

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