

Anlage 5

Modulhandbuch des Studiengangs

Betriebswirtschaftslehre

Master of Science

des Fachbereichs Wirtschaft

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

vom 27.06.2017

Zugrundeliegende BBPO vom 27.06.2017 (Amtliche Mitteilungen Jahr 2018)

1	Modulname IFRS Reporting and Capital Markets
1.1	Modulkürzel 21111
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung IFRS Reporting and Capital Markets
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Fresl
1.6	Weitere Lehrende Dr. Almeling, Dr. Wiese
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Englisch
2	<p>Inhalt (Content of the module)</p> <p>Key element of this module is the analysis of relevant IFRS standards against the background of their informational impact on the capital market. Therefore, we will shortly discuss the internationalisation of accounting, the relevance of IFRS in this context and the effect of internationalisation and IFRS on capital markets. After this introduction we will touch highly important aspects of accounting – e.g. revenue recognition, recognition and measurement of assets or financial instruments. All accounting topics discussed will be analysed with respect to their capital market relevance. We will illustrate the effects using current accounting practices of multinational entities, go into major findings in research concerning the link between accounting and capital markets' effects and apply the knowledge in case studies discussed and solved in exercise classes. The schedule will be concluded by an assessment of the importance of accounting for corporate governance and controlling (inside perspective) and capital-market-oriented financial statement analysis (outside perspective).</p>
3	<p>Ziele</p> <p>The module aims at making students familiar with the objectives, principles as well as the most important standards of IFRS accounting and their implication on international capital markets.</p> <p>Kenntnisse (knowledge and comprehension): Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • explain economic consequences of financial reporting and the role accounting information plays on capital markets, • explain the special role of IFRS on international capital markets and how the IASB conducts IFRS standard-setting,

	<p>Fertigkeiten (application): Students are able to demonstrate orally and in writing their comprehension in the solution of case studies.</p> <p>Kompetenzen (analysis, synthesis and evaluation): Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • discuss the objectives and principles of IFRS and evaluate the relevance of these for respective IFRS standards, • critically assess political influence on IFRS and IFRS standard-setting, • analyse a financial statement from an inside and an outside view.
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü) und Gruppenarbeit mit Präsentation</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in Form einer Seminararbeit sowie in Form einer Klausur (Dauer: 90 min) am Ende des Semesters • Die Gruppenarbeit wird mit 30% gewichtet, die Klausur mit 70%. • Für das Bestehen des Moduls ist eine erfolgreiche Bewertung jeder Prüfungsleistung (mind. Note 4,0) zwingend erforderlich • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Einzelrechnungslegung nach HGB und IFRS auf Bachelor-Niveau, gute Englischkenntnisse, Controlling, International Finance</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur (compulsory reading, recommended literature): Kothari/Barone: Advanced financial accounting: an international approach, Pearson Picker et al.: Applying International Financial Reporting Standards, Wiley Walton/Aerts: Global Financial Accounting and Reporting, Cengage Learning</p>

1	Modulname International Controlling
1.1	Modulkürzel 21112
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung International Controlling
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Hensberg
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungsprofil an Controller im internationalen Unternehmen • Instrumente des strategischen Controlling (z.B. Szenarioanalyse, Umweltanalyse, Wettbewerbskräfte nach Porter, Unternehmensanalyse) • Risikocontrolling (z.B. Früherkennungssysteme, VaR, EaR, Risikokreislauf) und Sensitivitätsanalyse • Wertorientierte Kennzahlen (z.B. WACC, EVA, ROCE, CVA, CFROI) • Kennzahlensysteme (z.B. ZVEI, Werttreiberbaum) • Besonderheiten im internationalen Konzern (z.B. Verrechnungspreise, Fremdwährungen, Länderrisiken) • Mergers & Acquisitions, Fusionen • Kultureinfluss im internationalen Controlling
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden können <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an Controller im internationalen Unternehmen erläutern, aufschlüsseln und kritisch hinterfragen • Besonderheiten im internationalen Konzern für das Controlling ableiten und einstufen • den Kultureinfluss im internationalen Controlling identifizieren und analysieren. Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensstrategien mit Hilfe von Instrumenten des strategischen Controllings zu entwickeln • Instrumente des Risikocontrollings und des Controllings in internationalen Konzernen einzusetzen • wertorientierte Kennzahlen zu berechnen und im internationalen Unternehmen anzuwenden • Kennzahlensysteme aufzustellen

	<ul style="list-style-type: none"> • M&A-Aktivitäten und Fusionen zu planen und zu unterstützen. <p>Kompetenzen: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleme des internationalen Controllings mit IT-Unterstützung (z.B. Excel) lösen. • Controlling-Systeme für internationale Unternehmen aufbauen
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V) mit integrierten Übungen (Ü) in Form von z.B. Praktikumsaufgaben, Übungsfällen und Excel-Anwendungen im Computerraum</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), ggf. Computer-Labor</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Form der Prüfungsleistung: i.d.R. schriftliche Klausurprüfung (Papierform oder elektronische Form; Bekanntgabe der genauen Form in der Veranstaltung). Andere Prüfungsformen (z.B. Hausarbeiten, Präsentationen), die in der Regel die schriftliche Klausurprüfung ergänzen, sind als Prüfungsleistung möglich. Prüfungsvorleistungen (z.B. Bearbeitung von Übungsaufgaben) – auch in Gruppenarbeit – sind ebenfalls möglich. Prüfungsvorleistungen können benotet oder unbenotet sein. Im Falle benoteter Prüfungsvorleistungen darf der Anteil an der Modulnote 30% nicht übersteigen. • Dauer: entsprechend § 12 ABPO • Inhalt: über den gesamten Lehrinhalt des Moduls • Zeitpunkt: im Prüfungszeitraum am Ende des Moduls • Wiederholungsmöglichkeit: im Folgesemester
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bitzelmaier: Controlling, Person • Burger/Utbrich/Ahlemeyer: Beteiligungscontrolling, Oldenbour • Burger/Ahlemeyer: Wertorientiertes Controlling, UTB • Diederichs: Risikomanagement und Risikocontrolling, Vahlen • Dreher/Ernst: Mergers & Acquisitions, UTB • Fischer/Möller/Schultze: Controlling, Schäffer-Poeschel

- Graumann: Controlling, NWB
- Hanken/Kleinhietspaß: Verrechnungspreise - Praxisleitfaden für Controller und Steuerexperten, Haufe
- Hoffjan: Internationales Controlling, Schäffer-Poeschel
- Littkemann/Zündorf: Beteiligungscontrolling, NWB
- Macho/Steiner/Spensberger: Case Studies Verrechnungspreise kompakt, Linde
- Meynerts-Stiller/Rohloff: Post Merger Management, Schäffer-Poeschel
- Müller-Stewens/Kunisch/Binder: Mergers & Acquisitions, Schäffer-Poeschel
- Picot: Handbuch Mergers & Acquisitions, Schäffer-Poeschel
- Prexl: Excel für BWLer, UTB
- Reichmann: Controlling mit Kennzahlen, Vahlen
- Schels/Seidel: Excel im Controlling, Hanser
- Schierenbeck/Lister/Kirmße: Ertragsorientiertes Bankmanagement (Band 2) - Risiko-Controlling und integrierte Rendite-/Risikosteuerung, Gabler
- Vanini: Risikomanagement, Schäffer-Poeschel
- Weber/Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel

1	Modulname Digital Finance
1.1	Modulkürzel 21113
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Digital Finance
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Kiermeier
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Entwicklungen auf Kapitalmärkten und in der Finanzdienstleistungsbranche: Aktienmärkte, Anleihemärkte, Credits, Strukturierte Produkte, Finanzderivate, Private Equity, Asset Management, Kreditversicherungen, etc. • Einführung in die Kapitalmarkttheorien • Entwicklungen im Bereich Digital Finance und Kapitalmärkte, z.B. <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmensfinanzierung: Crowdinvesting/Crowdfunding/Equity-based Funding/Private Equity/Börsengänge nach Web 2.0 Auktionsprinzip, P2P-Kredite für Unternehmen, Funding über Börsenplätze mithilfe von Fintechs ○ Management des Working Capitals (z.B. Forderungsverkauf, strukturierte Produkte, usw.) ○ Wertpapiertransaktionen ○ Datenmanagement (z.B. Big Data, Prognosen) ○ Regtech ○ Distributed Ledger-Technologien ○ Kooperationen von Banken und Fintechs in ausgewählten Aspekten des Finanzdienstleistungsbereichs ○ Risikomanagement (z.B. durch den Einsatz von Finanzderivaten) ○ Geldpolitik in Zeiten der Digitalisierung ○ Internationales Finanzmanagement ○ Beispiele für Financial Econometrics ○ Aktuelle Entwicklungen

3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Kenntnis der wichtigsten Kapitalmarkt- Theorien und damit verbundene Fragestellungen. Fähigkeit einschlägige Case Studies selbstständig zu lösen (Kapitalmarkttheorien, Währungskurse, Onlinewährungen, Finanzderivate, Strukturierte Produkte, neue Produktentwicklung, Auswirkungen der Digitalisierung, etc.)</p> <p>Fertigkeiten: Anwendung theoretischer Grundlagen zur Lösung und Bearbeitung aktueller, praktische Fragestellungen im Finanzdienstleistungsbereich und Controlling Verständnis aktueller wissenschaftlicher Diskussionen bezüglich Entwicklungen auf Kapitalmärkten, Währungen, internationalen Handelsbeziehungen, Onlinewährungen, Finanzderivaten, Strukturierte Produkte, Digital Finance, etc. Kenntnis der Instrumente des Finanzmanagements und deren Einsatzmöglichkeiten kritisch beurteilen zu können Kenntnis mathematischer Grundlagen und Einsatzmöglichkeiten moderner Produkte in der Unternehmensführung, im Portfolio- und Risikomanagement, Controlling, Finanzmanagement, usw. Fähigkeit auf aktuelle Fragestellungen der Regulierung kompetent reagieren zu können Fähigkeit neue Technologien (Distributed Ledger etc.) für ihren Einsatz in der Unternehmensführung, Controlling, Finanzmanagement beurteilen und implementieren zu können Umgang mit großen Datenmengen Anwendung ausgewählter statistischer Verfahren auf aktuelle Fragestellungen und Umgang mit Software</p> <p>Kompetenzen: komplexe Sachverhalte des Portfolio- und Risikomanagements in der Unternehmensführung zu identifizieren und praktische Fragestellungen selbstständig zu beurteilen und Vorgehensweisen zu deren Bearbeitung zu identifizieren und anzuwenden Methoden des modernen Finanzmanagements zur Verwirklichung der Unternehmensziele zu implementieren, durchzuführen und zu überwachen aktuelle Fragestellungen einzuordnen und praktische Lösungen vorzuschlagen und zu implementieren die Darstellung von Sachverhalten und Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards zu präsentieren</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V), Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), e-lectures, Statistikprogramme, Umfragen, Case Studies</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 90 min) (Anteil an der Modulnote: 80%) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls und einer Präsentation der Ergebnisse von Übungen (Anteil an der Modulnote: 20%). • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>

8	Empfohlene Kenntnisse Wirtschaftsstatistik, Wirtschaftsmathematik, Volkswirtschaftslehre, Investition und Finanzierung, Controlling
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur <ul style="list-style-type: none">• Freiknecht: Big Data in der Praxis: Lösungen mit Hadoop, Hbase, Hive, Hanser• Gruber/Elton: Modern Portfolio Theorie and Investment Analysis, Wiley John + Sons• Hull/White: Financial Derivatives• Mankiew: Macro-Economics• Shapiro: Multinational Financial Management, Wiley oder Shapiro/Moles: International Financial Management, Wiley• Murray: Tableau Your Data!: Fast and Easy, Wiley• Wollschläger: R Kompakt, Springer

1	Modulname Supply Chain Management
1.1	Modulkürzel 21131
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Supply Chain Management
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wojanowski
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Supply Chain Management • Wertorientierung in der Supply Chain • Gestaltungsmodelle (SCOR, Wertstromanalyse) • Supply Chain Controlling • Strategien des Supply Chain Management • Methoden und Modelle des Supply Chain Management
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden lernen Motive für die Entstehung von Supply Chains wie Total Cost of Ownership, Transaktionskosten, Globalisierung und Bullwhipeffekt kennen und einordnen. Sie können Elemente der Supply Chain identifizieren und beschreiben. Sie kennen grundlegende Strategien des Supply Chain Management wie Efficient Consumer Response, Customer Relationship Management und Mass Customization und können deren Anwendungsvoraussetzungen sowie Potenziale beschreiben.</p> <p>Fertigkeiten: Sie sind in der Lage Gestaltungsmodelle wie das SCOR-Modell und die Wertstromanalyse für die Analyse, Beschreibung und Ableitung von Optimierungspotenzialen der Supply Chain einzusetzen. Die Studierenden sind befähigt, Problemstellungen des Supply Chain Management zu identifizieren und passende Methoden und Modelle darauf anzuwenden.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden besitzen die Kompetenz der lösungsorientierten, ganzheitlichen Analyse realer Supply Chains und erarbeiten für diese unter Zuhilfenahme geeigneter Methoden einen Lösungsvorschlag zur kontinuierlichen Optimierung.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls und einer Präsentation. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen des Logistikmanagement</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Werner: Supply Chain Management • Brandenburg: Quantitative models for value based Supply Chain Management • D'Heur: CSR and Value Chain Management • Bolstorff/Rosenbaum/Poluha: Spitzenleistungen im Supply Chain Management • Christopher: Logistics and Supply Chain Management • Scott/Lundgren/Thompson: Guide to Supply Chain Management • Chopra/Meindl: Supply Chain Management

1	Modulname Internationales Marketing Management
1.1	Modulkürzel 21141
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Internationales Marketing Management
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Reckert
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch, teilweise englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Den Studierenden sollen Kenntnisse über Marketing Management Maßnahmen und den Einsatz aller Marketing - Tools im Rahmen einer internationalen Ausrichtung eines Unternehmens/Organisation vermittelt werden.</p> <p>Der Unterrichtsinhalt umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Internationalisierung und internationales Marketing - Management • Rahmenbedingungen des internationalen Marketing -Managements • Informationsbeschaffung im internationalen Umfeld • Strategische Planung im internationalen Marketing - Management • Internationale Marketinginstrumente • Einsatz von Produkt-, Verpackungs- und Konzeptionstests im internationalen Umfeld • Organisation des internationalen Marketing- Managements
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage, die Aufgaben des Marketing Managements im internationalen Kontext zu erläutern.</p> <p>Fertigkeiten und Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, Probleme des internationalen Marketing Managements zu erfassen und typische Marketing-Management-Prozesse zu analysieren und theoretisch anzuwenden.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V) mit Fallstudien</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen des Marketings und evtl. weitere vertiefende Fächer, englische Sprachkenntnisse</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Berndt/Fantapié Altobelli/Sander: Internationales Marketing-Management Zentes/Swoboda/Schramm-Klein: Internationales Marketing, Vahlen Hollensen: Global Marketing. A decision-oriented approach. Pearson Education</p>

1	Modulname International Economic Relations
1.1	Modulkürzel 21151
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung International Economic Relations
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Puth
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende Konzepte der VWL • Internationale Transaktionen, Offenheitsgrad und Globalisierung • Aktuelle Lage der Weltwirtschaft <p>Reale Außenwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welthandel • Theorie der internationalen Handelsbeziehungen • Protektionismus • Internationale Faktorwanderungen • Welthandelsordnung • Internationale Wettbewerbsfähigkeit <p>Monetäre Außenwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zahlungsbilanz • Devisenmarkt • Theorie der internationalen Währungsbeziehungen • Währungssysteme in der Praxis • Internationale Währungsordnung • Aktuelle Probleme der Weltwährungsordnung <p>Ökonomische Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formen der Integration • Theorie der internationalen ökonomischen Integration • Integrationsräume in der Praxis

3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen die theoretischen und wirtschaftspolitischen Grundlagen der internationalen Wirtschaftsbeziehungen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden verstehen ökonomische, politische und institutionelle Verflechtungen zwischen Volkswirtschaften und können sie bezogen auf die Fragestellung, der sie in einem Unternehmen mit internationalen Schwerpunkten gegenüber stehen, aufzeigen und erklären.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, international wirtschaftliche Problemfelder selbstständig theoretisch fundiert zu analysieren und kritisch zu diskutieren. Sie sind ebenfalls in der Lage Empfehlungen wirtschaftspolitischer Maßnahmen zu beurteilen und abzugeben.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 90 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Grundlagenkenntnisse der Volkswirtschaftslehre auf Bachelorniveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Beck: Globalisierung & Außenwirtschaft, Vahlen</p> <p>Feenstra/Taylor: International Economics, Worth Publishers</p> <p>Krugman/Obstfeld/Melitz: Internationale Wirtschaft, Pearson</p> <p>Maennig: Außenwirtschaft: Theorie und Politik, Vahlen</p> <p>Rübel: Außenwirtschaft: Grundlagen der realen und monetären Theorie, De Gruyter Oldenbourg</p>

1	Modulname Information Management
1.1	Modulkürzel 21400
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Information Management
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Tafreschi
1.6	Weitere Lehrende Dr. Engelstätter, Dr. Knoll, Dr. Rebstock, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Management der Informationswirtschaft (Angebot, Nachfrage und Verwendung der Ressource Information in Unternehmen) • Management der Informationssysteme (Management von Daten und Prozessen, Anwendungslebenszyklus) • Management der Informationstechnik • Grundzüge der IT-Sicherheit (Grundwerte der Informationssicherheit, Bedrohungs- und Risikoanalyse, Sicherheitsmechanismen) • IT-Strategie
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung der Ressource „Information“ für Unternehmen zu erläutern • den interdisziplinären Charakter des Fachgebiets Information Management zu verstehen • Aufbau von Informationssystemen zu beschreiben • Grundlagen der Systementwicklung wiederzugeben. <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Informationsbedarf eines Unternehmens zu ermitteln • Strategien für das Informationsangebot in einem Unternehmen zu entwickeln • Chancen und Risiken der Informations- und Kommunikationstechnologie zu erkennen und entsprechend zu handeln

	<ul style="list-style-type: none"> Anforderungen an Informationssysteme zu analysieren und zu formulieren. <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> in interdisziplinären Teams mit IT-Experten zu arbeiten Trends der Informations- und Kommunikationstechnologie zu erkennen und entsprechende Strategien für Unternehmen zu entwickeln.
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 90 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Wirtschaftsinformatik, betriebswirtschaftliche Grundlagen auf Bachelorniveau.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Business & Information Systems Engineering - The International Journal of WIRTSCHAFTSINFORMATIK – Fachzeitschrift Hansen / Neumann: Wirtschaftsinformatik 1 Grundlagen und Anwendungen, Lucius & Lucius Hansen / Neumann: Wirtschaftsinformatik 2 Informationstechnik, Lucius & Lucius Harvard Business Review – Fachzeitschrift Heinrich / Stelzer: Informationsmanagement. Grundlagen, Aufgaben, Methoden, De Gruyter Oldenbourg Krcmar: Informationsmanagement, Springer Gabler North: Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen, Gabler</p>

1	Modulname Economic Research Methods
1.1	Modulkürzel 21500
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Economic Research Methods
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Kiermeier
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Wirtschaftsforschung, in das wissenschaftliche Arbeiten und die Wissenschaftstheorie (Modelltheorie) • Daten- und Informationsgewinnung, Datenerhebung (u.a. Datenerhebung aus Thomson Reuters Datastream und Eikon) • Datenerhebung durch Befragung, qualitative Untersuchungen und Beobachtungsverfahren • Prüfung der Plausibilität der Daten (Datensammlung, -aufbereitung und deskriptive Statistik) • Statistische Analyse: <ul style="list-style-type: none"> ○ Regressionen: einfach, multivariat, logistisch und Querschnittsregressionen (Mikroökonomie), Anwendungsbeispiel: Faktorenmodelle in Finance ○ Zeitreihenmodelle (ARIMA), Anwendungsbeispiel: Vorhersage der Auslastung von Breitbandnetzen ○ Varianzanalyse, Anwendungsbeispiel: Effektivität der hausinternen Weiterbildung ○ Diskriminanzanalyse, Anwendungsbeispiel: Scoringmodell zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit ○ Faktorenanalyse: Anwendungsbeispiel: Identifikation der signifikanten Faktoren für die Entscheidung beim Autokauf ○ Hypothesen und Tests zur Beurteilung der jeweiligen Modelle ○ Querschnittsanalyse und die Analyse von Paneldaten • Big Data und Anwendung entsprechender Software (z.B. Tableau) • Einführung in die Programmierung mit R • Umgang mit statistischer Software <p>Beispiele für Übungen zur Anwendung statistischer Verfahren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulierung und empirische Analyse grundlegender volkswirtschaftlichen Diskussionen (z.B. „Hat Geldpolitik einen Beschäftigungseffekt?“, „Fisher-Effekt“, usw.)

	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung, Durchführung und Präsentation der Ergebnisse einer Online-Umfrage zu Themen der Gestaltung des Unterrichts im BWL M.Sc.-Studiengang (z.B. Einbindung von Facebook in den Unterricht, Auslandsaufenthalte, Bibliothek, Sportangebote, etc.) • Ermittlung technischer Faktoren, die im Autoverkauf einer Firma die wichtigste Rolle bei Kaufentscheidungen ihrer Kunden spielen, um den Sales-Bereich zu optimieren • Vorhersage der Ausnutzung eines Breitband-Netzes einer Telekom-Unternehmung um Dienstleistungsbundles zu optimieren und die Kundenbindung zu erhöhen • Ermittlung der Wirksamkeit interner Weiterbildungsangebote auf Verkaufszahlen von Mitarbeitern im Sales-Bereich, Ableitung von Handlungsempfehlungen für Human Resources • Schätzung eines Scoring-Modells zur Beurteilung der Kreditwürdigkeit von Kunden • Accounting und Analyse von Paneldaten zur Unternehmensbewertung • Faktormodelle zur Erklärung von Entwicklungen auf wichtigen Kapitalmärkten • Aktuelle Themen
<p>3</p>	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Umgang mit großen Datenmengen Kenntnis der einschlägigen statistischen Verfahren in der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung Kenntnis von Statistikprogrammen für die Anwendung verschiedener statistischer Verfahren Kenntnis der Problematik der Verwendung von Daten für konkrete Fragestellungen in den Bereichen VWL, Finanzmärkte, Accounting, Marktforschung, Unternehmensführung, Personalentwicklung, Asset Management, usw.</p> <p>Fertigkeiten: Verfahren der Datenerhebung, Fähigkeit diese selbständig durchführen zu können Fähigkeit Theorien oder Modelle durch kompetente Anwendung statistischer Verfahren auf konkrete Datensätzen empirisch zu erforschen. Statistische Konzepte auf Forschungsfragen zu deren Lösung übertragen zu können Verständnis für Fragen der konkreten Verwendung von verfügbaren Daten zur empirischen Überprüfung von Theorien/Modellen Durchführung der wichtigsten Verfahren der empirischen Wirtschaftsforschung mit Statistikprogrammen wie SPSS und/oder R und/oder Programmen zur Aufbereitung von Big Data und/oder weitere alternative Programme Formulierung von Hypothesen und deren Tests Beurteilung der Güte der Theorien und Modelle (Diagnose) Datenerhebung aus ThomsonReuters Datastream, Eikon</p> <p>Kompetenzen: Grundlegendes Verständnis für die Modellentwicklung zur Analyse von Forschungsfragen Umgang mit großen Datenmengen Verständnis für Herausforderungen der Theorie- bzw. Modellbildung Kenntnis der wichtigsten statistischen Verfahren der empirischen Wirtschaftsforschung. Kritische Beurteilung ihrer Einsatzmöglichkeiten für Forschungsfragen Umgang mit komplexen Datenbanken wie Thomson Reuters Datastream oder Eikon Darstellung von Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V), (Labor-)Übung (Ü) unter Einbeziehung von Datenbanken</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>

5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 90 min) (80%) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls und einer Präsentation von Ergebnissen der Übungen (20%). • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Wirtschaftsstatistik, Wirtschaftsmathematik, Volkswirtschaftslehre</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur:</p> <p>Bleymüller/Gehlert/Gülicher: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Vahlen</p> <p>Duller: Einführung in die Statistik mit Excel und SPSS, Physica</p> <p>Freiknecht: Big Data in der Praxis: Lösungen mit Hadoop, Hbase, Hive, Hanser</p> <p>Hartung/Elpert: Multivariate Statistik, Oldenbourg</p> <p>Kuß/Eisend: Marktforschung, Gabler</p> <p>Murray: Tableau Your Data!: Fast and Easy, Wiley</p> <p>Sesink: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten, jeweils aktuelle Auflage, Oldenbourg</p> <p>Stiefel: Wirtschaftsstatistik, Oldenbourg</p> <p>Sweigart: Routineaufgaben mit Python automatisieren, dpunkt.</p> <p>Wollschläger: R Kompakt, Springer</p>

1	Modulname Advanced Project Management
1.1	Modulkürzel 21600
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Advanced Project Management
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Seibert
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren im modernen Projektmanagement • Unternehmensstrategie und Projekt-Portfoliomanagement, Projektentwicklung und Projektfinanzierung • Planung und Steuerung mittlerer und größerer Projekte <ul style="list-style-type: none"> ○ Projektdefinition und Aufwandschätzung ○ Ablauf- und Terminplanung (Netzplantechnik) ○ Risikomanagement und Bereichsschätzungen ○ Ressourcen- und Kostenplanung ○ Critical Chain Project Management ○ Projektbeschleunigung und Kostenoptimierung ○ Projektcontrolling, Earned Value Analyse ○ Einsatz/Anwendung von Software-Tools • Management unternehmensübergreifender Projekte • Agiles und hybrides Projektmanagement • Projektorientierte Unternehmensführung
1.8	Lehrsprache Deutsch, Foliensätze teilweise auch englisch
3	Ziele Die Absolventen können qualifiziert bei Planung, Steuerung und Controlling mittlerer und größerer Projekte mitarbeiten und Führungsaufgaben für betriebswirtschaftliche Teilprojekte übernehmen, insbesondere bei <ul style="list-style-type: none"> • Ablauf-, Termin- und Ressourcenplanung • Risikomanagement

	<ul style="list-style-type: none"> • Kostenplanung und -verfolgung • Abstimmung und Claim Management mit Kunden und Lieferanten <p>Die Absolventen können in Project Management Offices und Projektleitungsgremien mitarbeiten und Leitungsaufgaben übernehmen, insbesondere bei</p> <ul style="list-style-type: none"> • Initiierung, Zusammenstellung, Auswahl, betriebswirtschaftliche Bewertung und Finanzierung von Projektportfolios und Projektprogrammen • Organisation und Steuerung von Entscheidungsprozessen im Multiprojektmanagement
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung (V) mit Fallstudien- und Rechenübungen (Ü) • Präsentation und Diskussion von Fallstudienlösungen in Kleingruppen • Einweisungen und Übungen im Computerlabor (Microsoft Project oder ähnliches Tool) • Selbststudium <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), Projektmanagement-Software, Umdrucke mit Folien, Lesetexten, Fallstudientexten, Übungsaufgaben und Klausurbeispielen</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer 90-minütigen schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (70 % der Modulnote) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsvorleistung aus Übungsteilnahme (Hausarbeiten, Präsentationen, Computerlabore, teilweise auch in Form von Gruppenarbeiten, 30% der Modulnote). • Die Prüfungsvorleistung ist Voraussetzung zur Teilnahme an der Prüfungsleistung. • Wiederholungsmöglichkeiten für Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Grundlagen-Module insbesondere in Projektmanagement sowie in Organisation und Management, Investition und Finanzierung, Betriebliche Anwendungssysteme sowie Controlling auf Bachelorniveau.</p> <p>Falls im Bachelorstudium kein Grundlagenmodul in Projektmanagement besucht wurde, wird dessen Nachholen zu Beginn des Masterstudiums empfohlen.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 2 SWS Vorlesung und 2 SWS Übungen und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Larson/Gray: Project Management: The Managerial Process, McGraw-Hill

- Bea/Scheurer/Hesselmann: Projektmanagement, UTB
- Kerzner: Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling and Controlling; Van Nostrand Reinhold
- Burghardt: Projektmanagement: Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten; Publicis/GWA
- Patzak/Rattay: Projektmanagement: Leitfaden zum Management von Projekten, Projektportfolios und projektorientierten Unternehmen; Linde
- Levine: Project Portfolio Management: A Practical Guide, Wiley
- Litke: Projektmanagement: Handbuch für die Praxis: Konzepte – Instrumente – Umsetzung; Hanser
- Steinle et al. (Hrsg.): Handbuch Multiprojektmanagement und -controlling: Projekte erfolgreich strukturieren und steuern; Erich Schmidt

1	Modulname Besondere Aspekte der Konzernrechnungslegung
1.1	Modulkürzel 22111
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Besondere Aspekte der Konzernrechnungslegung
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wiese
1.6	Weitere Lehrende Dr. Almeling, Dr. Fresl
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen (Pflicht zur Aufstellung, Konsolidierungskreis, Grundsatz der Einheitlichkeit) • Vollkonsolidierung (Kapitalkonsolidierung, Schuldenkonsolidierung, Aufwands- und Ertragskonsolidierung, Zwischenergebniseliminierung, latente Steuern) • Equity-Bewertung • Konzernanhang, -lagebericht, -kapitalflussrechnung, Segmentberichterstattung, -Eigenkapital-Veränderungsspiegel • Einzelfragen der Konzernrechnungslegung z.B. <ul style="list-style-type: none"> ○ Latente Steuern im Konzern ○ Änderungen bestehender Beteiligungsverhältnisse ○ Kapitalkonsolidierung im mehrstufigen Konzern
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen die gesetzlichen Grundlagen der Konzernrechnungslegung. Die Studierenden kennen die Zielsetzung sowie die wesentlichen Inhalte weiterer Berichterstattungsinstrumente, wie u.a. den Konzernanhang, den Konzernlagebericht sowie die Konzernkapitalflussrechnung und die Segmentberichterstattung.</p> <p>Fertigkeiten: Sie sind in der Lage, Konsolidierungsmaßnahmen im Rahmen der Vollkonsolidierung und die Equity-Bewertung nach den Vorgaben des HGB, des DRSC sowie der IFRS durchzuführen. Darüber hinaus können sie in komplexen Konzernstrukturen auftretende Bilanzierungssachverhalte kritisch würdigen und bilanziell abbilden.</p>

	<p>Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, in einem realen Konzern auftretende Sachverhalte einzuschätzen, die grundlegenden Konsolidierungsschritte vorzunehmen sowie eine angemessene Konzernberichterstattung sicherzustellen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V) und Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Grundkenntnisse in der Konzernrechnungslegung (insbesondere zum Konsolidierungskreis, zur Vereinheitlichung der Bewertung, zu Konsolidierungsmaßnahmen)</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Baetge/Kirsch/Thiele: Konzernbilanzen, IDW-Verlag</p> <p>Busse von Colbe/Ordelsheide/Gebhardt/Pellens: Konzernabschlüsse, Gabler</p> <p>Busse von Colbe/Ordelsheide: Konzernabschlüsse – Übungsaufgaben zur Bilanzierung nach IFRS und HGB, Gabler</p> <p>Dölle/Bruns: IFRS Trainingsfälle, NWB</p> <p>Hommel/Rammert/Wüstemann: Konzernbilanzierung case by case, Recht und Wirtschaft</p> <p>Küting/Weber: Praxis der Konzernrechnungslegung nach HGB und IFRS, Schäffer-Poeschel</p>

1	Modulname Unternehmensbewertung
1.1	Modulkürzel 22112
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Unternehmensbewertung
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Almeling
1.6	Weitere Lehrende Dr. Fresl, Dr. Wiese
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe der Unternehmensbewertung • Zwecke der Bewertung und Funktionen des Bewerter • Grundsätze der Unternehmensbewertung • Verfahren der Unternehmensbewertung • Prognose der Überschüsse • Kapitalisierung der Überschüsse
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können die Anlässe der Unternehmensbewertung, die Zwecke der Bewertung und die Funktionen des Bewerter sowie Grundsätze und Verfahren der Unternehmensbewertung erläutern.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche Verfahren der Unternehmensbewertung anzuwenden. Sie können Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Bewertungsverfahren herausarbeiten und die praktische Anwendbarkeit der einzelnen Verfahren situativ überprüfen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die Eignung verschiedener Verfahren der Unternehmensbewertung einzuschätzen und deren Ergebnisse kritisch zu hinterfragen.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü), Laborpraktikum (L)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), Informationsmedien (u.a. Datenbanken)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsvorleistung <ul style="list-style-type: none"> ○ in Form einer Übungsaufgabe in der Regel in Gruppenarbeit, bei der Daten unter Verwendung relevanter Datenbanken für Zwecke der Unternehmensbewertung zu erheben und auszuwerten sind, sowie Präsentation oder ○ in Form einer Hausarbeit in der Regel in Gruppenarbeit zur Bearbeitung besonderer Fragestellungen der Unternehmensbewertung sowie Präsentation. • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung. Die Prüfungsvorleistung ist benotet und geht mit einem Anteil von 40% in die Modulnote ein. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung bestehen im Folgejahr und für die Prüfungsleistung im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Externes Rechnungswesen, Investition und Finanzierung, Kenntnisse der nationalen und internationalen Rechnungslegung sowie der Finanzwirtschaft</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Loderer/Wälchli: Handbuch der Bewertung, Band 2: Unternehmen, Neue Zürcher Zeitung Drukarczyk/Schüler: Unternehmensbewertung, Franz Vahlen Hommel/Dehmel: Unternehmensbewertung case by case, Fachmedien Recht und Wirtschaft Moxter: Grundsätze ordnungsmäßiger Unternehmensbewertung, Gabler</p>

1	Modulname Advanced Managerial Accounting
1.1	Modulkürzel 22113
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Advanced Managerial Accounting
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Hensberg
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Traditionelle Budgetierung versus Better Budgeting / Beyond Budgeting • Zero Based Budgeting • Target Costing • Prozesskostenrechnung / Activity Based Costing / Activity Based Budgeting • Produkt-Lifecycle-Costing, Portfolioanalyse, Produktlebenszyklus, Erfahrungskurven • Working Capital Management • Prognosemethoden für Planung und Hochrechnung • Projektcontrolling
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • geeignete Verfahren der Budgetierung und des Kostenmanagements auswählen und kritisch hinterfragen • die traditionelle Budgetierung mit Better Budgeting und Beyond Budgeting gegenüberstellen. <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budgets- und Kostenpläne mit IT-Unterstützung (z.B. Excel) aufzustellen, zu optimieren und zu entwickeln • auf Basis von Marktpreisen angemessene Kosten zu planen, zu steuern und zu kontrollieren • Gemeinkosten prozessorientiert zu erfassen und zu verrechnen • die Kosten eines Produktes über dessen gesamten Lebenszyklus hinweg zu analysieren • die Mittelverteilung im Unternehmen an der Wichtigkeit der Aktivitäten auszurichten und zu evaluieren

	<ul style="list-style-type: none"> • Prognosemethoden für Planung und Hochrechnung auszuwählen und anzuwenden. <p>Kompetenzen: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Managemententscheidungen mit Unterstützung von Managerial-Accounting-Instrumenten treffen • die Ressourcenverteilung in Unternehmen über Budgets gestalten • proaktiv die Kosten im Unternehmen und in Projekten arrangieren • Systeme der Budgetierung und des Kostenmanagements im Unternehmen weiterentwickeln.
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V) mit integrierten Übungen (Ü) in Form von z.B. Praktikumsaufgaben, Übungsfällen und Excel-Anwendungen im Computerraum</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), ggf. Computer-Labor</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Form der Prüfungsleistung: i.d.R. schriftliche Klausurprüfung (Papierform oder elektronische Form; Bekanntgabe der genauen Form in der Veranstaltung). Andere Prüfungsformen (z.B. Hausarbeiten, Präsentationen), die in der Regel die schriftliche Klausurprüfung ergänzen, sind als Prüfungsleistung möglich. Prüfungsvorleistungen (z.B. Bearbeitung von Übungsaufgaben) – auch in Gruppenarbeit – sind ebenfalls möglich. Prüfungsvorleistungen können benotet oder unbenotet sein. Im Falle benoteter Prüfungsvorleistungen darf der Anteil an der Modulnote 30% nicht übersteigen. • Dauer: entsprechend § 12 ABPO • Inhalt: über den gesamten Lehrinhalt des Moduls • Zeitpunkt: im Prüfungszeitraum am Ende des Moduls • Wiederholungsmöglichkeit: im Folgesemester
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bitzelmaier: Controlling, Pearson • Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel • Däumler/Grabe: Kostenrechnung 3 – Plankostenrechnung und Kostenmanagement, NBW Verlag. • Fischer, Thomas M. / Möller, Klaus / Schultze, Wolfgang: Controlling, Schäffer-Poeschel

- Fiedler: Controlling von Projekten, Springer Vieweg
- Graumann: Controlling, NWB
- Heesen/Moser: Working Capital Management, Gabler
- Kremin: Strategisches Kostenmanagement, Gabler
- Prexl: Excel für BWLer, UTB
- Remer: Einführen der Prozesskostenrechnung, Schäffer-Poeschel
- Rieg: Planung und Budgetierung, Gabler
- Rickards: Budgetplanung kompakt, Oldenbourg
- Schels/Seidel: Excel im Controlling, Carl Hanser
- Weber/Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel
- Weber/Linder: Neugestaltung der Budgetierung mit Better and Beyond Budgeting?, Wiley-VCH
- Ziegenbein: Controlling, NWB

1	Modulname Methoden der Systementwicklung
1.1	Modulkürzel 22121
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung Methoden der Systementwicklung
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Rebstock
1.6	Weitere Lehrende Dr. Knoll, Dr. Tafreschi, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Veranstaltung befähigt Betriebswirte im Master-Studiengang, die für sie relevanten Aspekte der Systementwicklung in vertiefter Form zu verstehen, anzuwenden, zu bewerten und zu gestalten. Die fachkonzeptionelle Modellierung nimmt hierbei eine zentrale Rolle ein. Wissenschaftliche Grundlagen und methodische Fragen werden maßgeblich behandelt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele und Rahmenbedingungen der Systementwicklung <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben der Systementwicklung • Potenzielle Rollen von Informationssystemen • Wechselwirkung Informationssystem und Organisation • Betriebswirtschaftliche Beurteilung von Informationssystemen • Vorgehensweisen der Systementwicklung <ul style="list-style-type: none"> • Aspekte der Spezifikation von Informationssystemen • Lastenheft und Pflichtenheft • Rollen in Systementwicklungsprojekten • Prozesse in Systementwicklungsprojekten • Klassische und iterative Vorgehensmodelle • Modellierung im Rahmen der Systementwicklung <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlerrolle der Modellierung im Rahmen der Systementwicklung • Ziele und Zwecke der Modellierung • Modellbegriff und Modellmerkmale • Sichten der fachkonzeptionellen Modellierung • Modellierungssprachen • Referenzmodelle

- Überblick UML und BPMN
- Anforderungsmanagement
 - Methoden des Requirements Engineering
 - Anforderungsmodellierung
- Analyse
 - Spezifikationen in der Analysephase
 - Modellierung in der fachkonzeptionellen Analyse
- Entwurf
 - Serviceorientierte Architekturen
 - Modellierung Architekturentwurf
- Realisierung
 - Logik und Methoden der Programmierung
 - Modellierung Programmmodule

3 Ziele

Kenntnisse:

- Die Studierenden können die Ziele und Rahmenbedingungen der Systementwicklung methodisch fundiert beschreiben und erklären.
- Die Studierenden können die Prozesse und Phasen der Systementwicklung methodisch fundiert beschreiben und erklären.
- Die Studierenden kennen die zentrale Rolle der Modellierung im Rahmen der Systementwicklung und können diese wissenschaftlich begründen.
- Die Studierenden können die Methoden und Techniken der fachkonzeptionellen Modellierung am Beispiel der UML (Unified Modeling Language) und der BPMN (Business Process Model and Notation) fundiert beschreiben und erklären.

Fertigkeiten:

- Die Studierenden sind in der Lage, für eine gegebene Projektaufgabe alternative Vorgehensmodelle methodisch fundiert auszuwählen und gegenüberzustellen.
- Die Studierenden können notwendige Aspekte und Sichten der Systemspezifikation für eine gegebene Projektsituation methodisch fundiert identifizieren und auswählen.
- Die Studierenden können fachkonzeptionelle Modelle in der UML und der BPMN auf Basis wissenschaftlich-methodischer Überlegungen erstellen.
- Die Studierenden können die Logik der Programmierung nachvollziehen und auf konkrete Entwicklungssituationen übertragen.

Kompetenzen:

- Die Studierenden können die Eignung alternativer Vorgehensmodelle in konkreten Projektsituationen methodisch fundiert evaluieren und bewerten.
- Die Studierenden können notwendige Aspekte und Sichten der Systemspezifikation in konkreten Projektsituationen methodisch fundiert evaluieren und bewerten.
- Die Studierenden können die Qualität fachkonzeptioneller Modelle der UML und der BPMN methodisch fundiert analysieren und kritisch beurteilen.
- Die Studierenden können die Logik der Programmierung in konkreten Entwicklungssituationen kritisch beurteilen.

4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit Übung (Ü) und Laborpraktikum (L); Selbststudium mit Lerntagebuch, Inverted Classroom-Konzept.</p> <p>Eingesetzte Medien: Lernplattform Moodle, elektronisches Skript, Online-Diskussionsforen, Weblinks, Webvideo, Online-Aufgaben, E-Books, PC, Beamer, Tafel</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsvorleistungen in Form von Beiträgen im Online-Diskussionsforum oder Führen eines Lerntagebuchs (nach Ansage zu Beginn des Semesters). • Prüfungsleistung in Form einer Hausarbeit zur praktischen Modellierung über den gesamten Lehrinhalt. Die Hausarbeit kann nach Ansage in Einzelaufgaben aufgeteilt werden. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Der Anteil der Prüfungsvorleistungen an der Modulnote beträgt insgesamt 40%. • Der Anteil der Prüfungsleistung in Form einer Hausarbeit an der Modulnote beträgt 60%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistungen.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Information Management</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Balzert: Lehrbuch der Objektmodellierung. Analyse und Entwurf mit der UML, Springer Balzert: Lehrbuch der Softwaretechnik. Softwaremanagement, Springer. Balzert: Lehrbuch der Softwaretechnik: Basiskonzepte und Requirements Engineering, Springer. Brandt-Pook/Kollmeier: Softwareentwicklung kompakt und verständlich. Wie Softwaresysteme entstehen, Vieweg+Teubner Freund/Rücker: Praxishandbuch BPMN 2.0. Hanser Kecher: UML 2. Das umfassende Handbuch, Galileo Press. Rupp/Queins: UML 2 glasklar. Praxiswissen für die UML-Modellierung, Hanser Seidl: UML @ Classroom. An Introduction to Object-Oriented Modeling, Springer Staud: Unternehmensmodellierung. Objektorientierte Theorie und Praxis mit UML 2.0, Springer</p>

1	Modulname Enterprise Resource Planning
1.1	Modulkürzel 22122
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung Enterprise Resource Planning
1.4	Semester Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Vieth
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und betriebswirtschaftliche Hintergründe intraorganisationaler Anwendungssysteme <ul style="list-style-type: none"> ○ Bedeutung informationswirtschaftlicher Transaktionen für güter- und finanzwirtschaftliche Transaktionen ○ Ziele und Aufgaben von Enterprise Resource Planning-Anwendungen ○ Entwicklungsstufen von Enterprise Resource Planning-Systemen ○ Beziehungen zwischen Enterprise Resource Planning-Anwendungen und anderen Systemelementen in Unternehmen ○ Lösungen für zentrale Problemstellungen in Unternehmen mit Enterprise Resource Planning-Anwendungen (z. B. in den leistungsbezogenen Systemen wie Customer Relationship Management, Supply Chain Management, Product Life Cycle Management, Projektmanagement, in den unterstützenden Systemen wie Qualitätsmanagement, Accounting, Personalmanagement oder in den managementbezogenen Systemen wie Corporate Governance, Strategische Planung) • Prozessmanagement in Unternehmen: Integriertes System aus Führung, Organisation und Controlling <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestaltung betrieblicher Wertschöpfungssysteme ○ Verbesserung betrieblicher Wertschöpfungssysteme mittels Enterprise Resource Planning-Systemen ○ Integration von Informationstechnologien in betriebliche Wertschöpfungssysteme, Herausforderungen und Potentiale • Struktur, Basistechnologie und Navigation: Grundlagen von Anwendungssystemen <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestaltung von Anwendungssystemen: Systemstrukturen, Navigation, Rechte- und Rollenkonzepte ○ Customizing von Systemen

	<ul style="list-style-type: none"> • Neuere Entwicklungen zu Enterprise Resource Planning <ul style="list-style-type: none"> ○ Interorganisationale Lösungsansätze (z. B. Advanced Planning Systems, E-Business-Konzepte) ○ Cloud Lösungen • Bearbeitung von Fallstudien zur Anwendung von Enterprise Resource Planning-Systemen zur Lösung konkreter betrieblicher Problemstellungen (z. B. in den leistungsbezogenen Bereichen Sales & Distribution und Material Management)
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Absolventinnen und Absolventen können betriebswirtschaftlichen Problemstellungen der Herstellung und Verwendung von Produkten aufzeigen. Sie können erläutern, welche Beiträge Enterprise Resource Planning-Anwendungen zur Aufgabenerledigung in Betrieben leisten. Und sie sind in der Lage, die Entwicklungsstufen von Enterprise Resource Planning-Systemen zu skizzieren und zu verdeutlichen, wie die Integration der Bearbeitung von betrieblichen Aufgaben in digitale Informationssysteme gestaltet werden kann. Dabei geht es auch um die Beschreibung der kulturellen, der organisatorischen, der technischen, der prozessualen und der führungstheoretischen Voraussetzungen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die betrieblichen Wertschöpfungssysteme mit Hilfe von Enterprise Resource Planning-Systemen zu gestalten und zu integrieren. Sie können selbständig systematisch Beiträge von Enterprise Resource Planning-Systemen zur Systemverbesserung herleiten. Dazu entwickeln sie problemspezifisch alternative Strukturen von Enterprise Resource Planning-Systemen, die sie dann in Bezug auf ihre Eignung zu Problemlösung miteinander vergleichen.</p> <p>Kompetenzen: Die Absolventinnen und Absolventen können ihre erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten nutzen, um Projekte zur Entwicklung, Gestaltung und Anwendung von Enterprise Resource Planning-Systemen zu bearbeiten. Dazu gehört zum einen die Planung, Dokumentation und Erklärung der Systeme, dazu gehört zum anderen aber auch die Kompetenz, in den Systemen selbständig zu navigieren. Die Absolventinnen und Absolventen erforschen die Grenzen von Enterprise Resource Planning-Systemen und finden Ansatzpunkte, diese Grenzen in der Praxis zu überwinden. Beispielsweise nutzen sie ihre Kenntnisse und Fertigkeiten über die Gestaltung von Anreiz-, Informations-, Kontroll- und Steuerungssystem, um erfolgreich die Implementierung von Enterprise Resource Planning-Systemen aufsetzen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien (Plenararbeit) • Präsentation und Diskussion von Fallstudienlösungen (Gruppenarbeit) • Bearbeitung von Fallstudien mittels Enterprise Resource Planning-Systemen (Einzelarbeit, Partnerarbeit) • Seminararbeit und Präsentation der Ergebnisse der Seminararbeit (Gruppenarbeit) • Selbststudium unter Zuhilfenahme eines Lerntagebuchs und des Videomaterials zur Veranstaltung <p>Eingesetzte Medien sind u. a. Beamer, Fallstudientexte, Inverted Classroom, Klausurbeispiele, Lernplattformen, Lesetexte, Tafel, Tageslichtprojektor, Übungsaufgaben, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>

6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsvorleistung in Form einer Fallstudienbearbeitung in einem Anwendungssystem zu der Lehrveranstaltung. • Prüfungsvorleistung in Form des Führens eines Lerntagebuchs zu der Lehrveranstaltung. • Prüfungsleistung in Form einer Klausur oder einer vergleichbaren schriftlichen Leistung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls oder alternativ zu einer Klausur eine vergleichbare schriftliche Leistung. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung. • Der Anteil der Prüfungsvorleistung in Form der Fallstudienbearbeitung an der Modulnote beträgt 25%, der Anteil der Prüfungsvorleistung in Form des Führens eines Lerntagebuchs beträgt 25%. • Der Anteil der Prüfungsleistung in Form einer Klausur oder einer vergleichbaren schriftlichen Leistung an der Modulnote beträgt mindestens 50%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Organisation und Management, Wirtschaftsinformatik, Projektmanagement, Anwendungssysteme</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 2 SWS Vorlesung und 2 SWS praktischer Übungen und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Brück: Controlling mit SAP®. Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender, Galileo Press Franz: Projektmanagement mit SAP® Projektsystem, Galileo Press; Frick/Gadatsch/Schäffer-Külz: Grundkurs SAP ERP. Geschäftsprozessorientierte Einführung mit durchgehendem Fallbeispiel, Vieweg & Sohn Verlag Gadatsch: Grundkurs Geschäftsprozessmanagement, Springer Vieweg Gronau: Enterprise Resource Planning, Oldenbourg Hoppe/Wollmann: Lean Production mit SAP®, Galileo PRESS Kappauf/Koch/Lauterbach: Logistik mit SAP®, Rheinwerk Kurbel: Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie. Psenner: Buchhaltung mit SAP®. Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender, Galileo Press Schulz: Der SAP®-Grundkurs, Galileo Press Then: Einkauf mit SAP®: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender, Galileo Press Then: Vertrieb mit SAP®: Der Grundkurs für Einsteiger und Anwender, Galileo Press</p>

1	Modulname IT-GRC-Management
1.1	Modulkürzel 22123
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung IT-GRC-Management
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Knoll
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen der IT-Governance, des IT-Risikomanagements und der IT-Compliance: Wichtige Begriffsdefinitionen und Abgrenzungen, • vertiefende Fragestellungen zur IT-Governance: Geschäftsprozesse und Serviceorientierung, IT-Strategie, Enterprise Architecture Management, Innovationsmanagement, Change-Management, IT-Controlling, • vertiefende Fragestellungen zum IT-Risikomanagement: IT-Risikomanagement-Prozess mit seinen Teilschritten, Risikopolitik und -kultur, • vertiefende Fragestellungen zur IT-Compliance: Rechtlicher Rahmen für die IT, zentrale Normen und Standards, IT-IKS.
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> • die Begriffe und die inhaltlichen Zusammenhänge des IT-GRC-Managements zu erläutern • die Bedeutung des IT-GRC-Managements für ein Unternehmen den betroffenen Stakeholdern zu erläutern, insbesondere die grundlegenden Aspekte der drei Teildisziplinen anschaulich zu beschreiben • die im Rahmen des IT-GRC-Managements relevanten Methoden und Werkzeuge darzustellen • zu erläutern, welche hohe Bedeutung ein systematisches und analytisches Vorgehen sowie eine gute Kommunikation mit allen Stakeholdern für erfolgreiches IT-GRC-Management und die damit verbundenen Maßnahmen besitzt. Fertigkeiten:

	<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die im Rahmen des IT-GRC-Managements relevanten Methoden und Werkzeuge auf eine praxisorientierte oder wissenschaftliche Fragestellung anzuwenden • sich auf Basis ihres erworbenen Wissens als neutraler, sachkundiger Experte in unternehmenspolitisch-strategische Diskussionen im Kontext des „richtigen“ IT-Einsatzes einzubringen. Wichtigste Eigenschaft ist die Fähigkeit, eigene Interessen und Unternehmensinteressen strikt voneinander zu trennen, gerade dann, wenn das Ergebnis möglicherweise nicht den Eigeninteressen entspricht. <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Relevanz von IT-bezogenen Regelwerken für die Herstellung von IT-Compliance und das Design des IT-IKS zu beurteilen • den aktuellen Stand des IT-GRC-Managements im Unternehmen detailliert und systematisch zu identifizieren • auf Basis des Ist-Zustandes die Einfluss- und Erfolgsfaktoren für die Implementierung von IT-Governance, IT-Risikomanagement und IT-Compliance zu analysieren, Verbesserungspotentiale zu erkennen und Lösungen zu erarbeiten, • eine Auswahl von geeigneten Rahmenwerken/ Standards für ein Unternehmen zusammenzustellen, Empfehlungen auszusprechen und notwendige Umsetzungsmaßnahmen zu erarbeiten.
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit integrierten Übungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 90 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Vertiefungsmodule in Wirtschaftsinformatik, insbesondere IT-Management, sowie Betriebswirtschaft, insbesondere Controlling, auf Bachelorniveau.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>

11	<p>Literatur</p> <p>Beetz: Wirkung von IT-Governance auf IT-Komplexität in Unternehmen, Springer</p> <p>Falk: IT-Compliance in der Corporate Governance, Springer</p> <p>Fröhlich/Glasner (Hrsg.): IT-Governance, Gabler</p> <p>Gadatsc: Masterkurs IT-Controlling, Springer</p> <p>Helmke/Uebel: Managementorientiertes IT-Controlling und IT-Governance, Springer</p> <p>Johanning: IT-Strategie, Springer</p> <p>Keller: IT-Unternehmensarchitektur, dpunkt</p> <p>Knoll: Praxisorientiertes IT-Risikomanagement, dpunkt</p> <p>Königs: IT-Risikomanagement mit System, Springer</p> <p>Kröschel: Architekturbasiertes IT-Alignment</p> <p>Kütz: IT-Controlling für die Praxis, dpunkt</p> <p>Kütz: Kennzahlen in der IT, dpunkt</p> <p>Looso: Best-Practice-Referenzmodelle der IT-Governance, Diss.; Frankfurt School of Finance & Management</p> <p>Rüter/Schröder/Göldner/Niebuhr (Hrsg.): IT-Governance in der Praxis, Springer</p> <p>Weill/Ross: IT Governance, Harvard Business Review Press</p>
----	--

1	Modulname Intralogistik
1.1	Modulkürzel 22131
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Intralogistik
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bohnhoff
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Intralogistik • Aufbau von Intralogistiksystemen • Lagerungssysteme • Kommissioniersysteme • Identifizierungssysteme in der Logistik • Sortiersysteme • Systeme des innerbetrieblichen Transports • Kapazitätsmanagement • Analyse- und Bewertungsmethoden • Simulation interner Warenflüsse • Intralogistik der Zukunft (Logistik 4.0, Internet der Dinge, 3-D-Druck, etc.)
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden können Materialflüsse quantitativ und qualitativ beschreiben. Sie kennen grundlegende Materialflusstechniken von Lagerung, Kommissionierung, Sortierung und innerbetrieblichem Transport. Fertigkeiten: Die Studierenden können die gelernten Methoden und Techniken für beispielhafte Fälle im Bereich Materialfluss anwenden. Kompetenzen:

	Die Studierenden sind in der Lage, Materialflusssysteme zu gestalten, abzubilden, deren Leistung zu analysieren und zu bewerten.
4 Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung (V) mit Übungen (Ü) Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)
5 Arbeitsaufwand und Credit Points	Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6 Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls und ggf. in Form von Präsentationen zu einzelnen Themen als Gruppenarbeit. Die Durchführung und Benotung der Präsentationen erfolgt als Teamleistung (Die Präsentationen gehen mit 30 % in die Gesamtnote ein) • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7 Notwendige Kenntnisse	Keine
8 Empfohlene Kenntnisse	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau
9 Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots	Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10 Verwendbarkeit des Moduls	
11 Literatur	Arnold/Furmans: Materialfluss in Logistiksystemen Jünemann/Schmidt: Materialflusssysteme – Systemtechnische Grundlagen Martin: Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik

1	Modulname Makrologistik
1.1	Modulkürzel 22132
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Makrologistik
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bucerius
1.6	Weitere Lehrende NN
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Kennzahlen im Verkehrswesen • Verkehrsträger „Luft“ • Verkehrsträger „Straße“ • Verkehrsträger „See“ • Verkehrsträger „Schiene“ • Kombiniertes Verkehr • Logistkdienstleister • Logistiknetze
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können Besonderheiten und Entwicklungen der einzelnen Verkehrsträger beschreiben. Sie kennen wichtige Kennzahlen und Elemente zum Aufbau von Logistiknetzen</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können ihr Wissen in Fallstudien aus dem Verkehrsbereich anwenden.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können Verkehrssysteme gestalten und evaluieren.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V) mit Übungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Aberle: Transportwirtschaft Conrady/Fichert/Sterzenbach: Luftverkehr Kummer: Einführung in die Verkehrswirtschaft Kummer/Schramm/Sudy: Internationales Transport- und Logistikmanagement Stölzle: Güterverkehr kompakt Stopford: Maritime Economics</p>

1	Modulname Decision Sciences
1.1	Modulkürzel 22133
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Decision Sciences
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wojanowski
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungstheorie • Spieltheorie, Nash Gleichgewicht in gemischten Strategien • ganzzahlige Optimierung mit branch and bound und Schnittebenenverfahren • Knapsackproblem
3	Ziele <p>Kenntnisse: Aufbauend auf den Grundlagenveranstaltungen des Operations Research sollen die Studierenden mathematische Modelle der linearen Optimierung auch für ganzzahlige Aufgabenstellungen aufstellen und lösen können. Die methodische Beherrschung des Simplex-Algorithmus wird vorausgesetzt. Darüber hinaus werden Entscheidungsmodelle unter Sicherheit und Unsicherheit sowie die grundlegenden Modelle der Spieltheorie erlernt.</p> <p>Fertigkeiten: Den Studierenden wird Methodenkompetenz bei der Analyse und Lösung einer Vielzahl logistischer Aufgabenstellungen der ganzzahligen Optimierung vermittelt. Sie können komplexe Entscheidungssituationen erfassen, beurteilen und mit geeigneten Methoden einen Lösungsvorschlag erarbeiten. Die Studenten können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden und die erarbeiteten Lösungsvorschläge wirtschaftlich interpretieren.</p> <p>Kompetenzen:</p>

	Die Studierenden können entsprechende Verfahren entwickeln, diese Modellösungen auf das konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungsproblem anwenden und deren Ergebnisse und Einsatzmöglichkeiten kritisch beurteilen.
4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V) mit Übungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	Notwendige Kenntnisse
8	Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau insbesondere Operations Research
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Zimmermann: Operations Research Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker Pindyck/Rubinfeld: Mikroökonomie Domschke/Drexler: Einführung in Operations Research Kühnapfel: Nutzwertanalysen in Marketing und Vertrieb Eisenführ/Weber/Langer: Rationales Entscheiden

1	Modulname Internetrecht
1.1	Modulkürzel 22141
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung Internetrecht
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Hahn
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Einbettung des elektronischen Geschäftsverkehr in die zunehmende technische Konvergenz der Medien (Presse, Rundfunk [Fernsehen und Hörfunk], Film, Internet, Mobilfunk, „soziale Medien“) macht es zunächst erforderlich, das sogenannte „Internetrecht“ in das Gesamtrechtssystem einzuordnen und sein Verhältnis zum „Medienrecht“ herauszuarbeiten. Zentrale Themen sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienbegriff, (technisch, gesellschaftlich, rechtlich) • Massenmedien, Individualkommunikation • Medienabgrenzungen (Telekommunikation, Presse, Rundfunk, Film) • Schutz der Kommunikation nach Grundgesetz, unionalem Primär- und Sekundärrecht sowie Völkerrecht <p>Nach dieser Grundlegung werden internetrechtsspezifische Problemfelder beim Einsatz des Internets als betriebliches Präsentations-, Marketing- und Vertriebsinstrument vorgestellt. Aus der Vielzahl möglicher marketingrelevanter Themenbereiche werden die nachfolgenden besonders herausgegriffen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Domänenrecht (Musterfall „shell.de“) mit Vertiefungen im <ul style="list-style-type: none"> ○ Namensrecht (§§ 12, 823 Abs. 1 BGB), ○ deutschen, EU-, internationalen und US-amerikanischen Markenrecht, ○ Firmenrecht (§§ 17 ff. HGB), ○ Deliktsrecht (§§ 823 ff. BGB) und ○ Wettbewerbsrecht (UWG). • Vertragsrecht (Musterfall „ricardo.de“) mit Vertiefungen in <ul style="list-style-type: none"> ○ der Rechtsgeschäftslehre (Willenserklärung, Vertrag), ○ den objektiven und subjektiven Nichtigkeitsgründen und ○ den (auch) verbraucherschützenden besonderen Vertragsformen wie <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbrauchervertrag,

- Fernabsatzvertrag und
- Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr.

Als weitere Stoffgebiete, die je nach Aktualität Teil der Vorlesung „Internetrecht“ sein können, zählen:

- Vertiefungen im Lauterkeitsrecht,
- Internetstrafrecht,
- Haftung für Internetinhalte,
- Zahlungen im und per Internet,
- Signaturrecht,
- Recht der Anbieterkennzeichnung und Impressumspflicht,
- Internationales Privatrecht (IPR) des grenzüberschreitenden elektronischen Geschäftsverkehrs und steuerrechtlichen Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs.

Durchgängig gehört zur Vorlesung, anhand von zusammenhängenden Fallkonstellationen (Musterfälle, Übungssachverhalte), die schwerpunktmäßig das Markenrecht und die Rechtsgeschäftslehre betreffen, die juristischen Methoden der Fallbearbeitung vertieft anzuwenden und Problembewusstsein für damit zusammenhängende Sachverhalte zu entwickeln.

3 Ziele

Kenntnisse:

Die Studierenden sind in der Lage,

- vor dem Hintergrund des technischen Nachrichtenbegriffs die verschiedenen Medienerscheinungsformen zu unterscheiden und den gesetzlich normierten Individual- und Massenmedien zuzuordnen,
- das Markenrecht als Ausprägung des geistigen Eigentums zu verstehen und Domänenstreitigkeiten namens-, marken-, firmen-, delikts- und wettbewerbsrechtlich zu erfassen,
- internetbasierte Geschäftsvorgänge rechtsgeschäftlich zu verstehen,
- zentrale Straftatbestände mit Internetrelevanz zu erkennen, und
- internetspezifische Besonderheiten wie die Haftung für „Content“, die rechtliche Erfassung von Zahlungsvorgängen, Probleme der Anbieterkennzeichnung etc. zu begreifen.

Fertigkeiten:

Die Studierenden

- identifizieren technisch und rezipientenspezifisch unterschiedliche Medien vor dem Hintergrund der verfassungsrechtlichen Regelungskompetenzen von Bund und Ländern in Bezug auf das Internet,
- ordnen das Adresssystem des Internets in die Struktur von höchst-, zweit- sowie drittrangigen Domänen und problematisieren die mit der Domänenverwaltung und -vergabe verbundenen namens-, marken-, firmen-, delikts- und lauterkeitsrechtlichen Implikationen,
- arbeiten die rechtsgeschäftlichen Strukturen von internetbasierten Geschäftsprozessen heraus und wenden die Vertragsschlussdogmatik auf digitale und textliche Übereinkünfte an.

Kompetenzen:

Die Studierenden können

- die zentralen medialen Grundstrukturen des Internets definieren, die landes- und bundeskompetenziellen Regelungskategorien unterscheiden und die diesbezüglichen Mediengattungen Internetsachverhalten zuordnen sowie grundrechtliche, EU- und völkerrechtliche Schutzmechanismen benennen,
- die technische und privatwirtschaftlich organisierte Verwaltung des Internets definieren und die damit korrespondierenden Konflikte um Domänen rechtlich erfassen, analysieren und lösen,
- die vertragsrechtlichen Aspekte internetbasierter Geschäftsvorgänge unter Einschluss verbraucherrechtlicher Bezüge differenziert beurteilen, bearbeiten und rechtlichen Lösungen zuführen, und

	<ul style="list-style-type: none"> durchgängig juristische Methoden zur Fallbearbeitung anwenden.
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung und Urteilsanalysen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), juristische Datenbanken</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (Dauer: 180 min) (auch elektronisch möglich) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in rechtlichen Grundlagen auf Bachelorniveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Haug: Grundwissen Internetrecht mit Schaubildern und Fallbeispielen [= Reihe „Handbücher Rechtswissenschaften und Verwaltung“], Kohlhammer Wien: Internetrecht. Eine praxisorientierte Einführung. Lehrbuch, Gabler Sonntag: Einführung in das Internetrecht. Rechtsgrundlagen für Informatiker, Linde</p>

1	Modulname E-Business and E-Procurement
1.1	Modulkürzel 22142
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung E-Business and E-Procurement
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Dannenberg
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Students will learn the major E-Business and E-Procurement concepts and theories and how to apply them in practice. To reach that goal the lecture will contain the following topics:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Defining Management and Marketing for the 21st Century. • Discussion of fundamental theoretical principles of the New Economy • Introduction of the empirical laws of a networked economy • To systematize the fundamentals of emerging sell- and buy-side E-Commerce technologies and applications. • Introduce the infrastructural components for successfully implementing E-Business and E-Procurement systems • Verify how management decisions are impacted by new technologies. • Analyze the use of the Internet and wireless technologies in management, marketing and buying decisions. • Discuss how companies can both attract and retain customers as well as suppliers. • Show how companies can improve customer, supplier and company profitability.
3	<p>Ziele</p> <p>This course examines the general nature of the emergence of progressive e-business and e-procurement technologies. The student will explore the major concepts and tools of the new economy used by small, midsize and multinational corporations. Especially new e-business models, content management systems, E-Shops, E-Marketplaces, E-Auctions and customer as well as supplier relationship management concepts will be discussed. The student learning outcomes are:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Be able to explain and apply the concepts associated with the analysis, design, and implementation of E-Business information technology systems. • Learn how to plan and control the activities associated with an implementation of E-Business systems. • Know about the associated cost of information system investments. • Develop skills to work together with other students in a team to plan, prepare and present case studies in class. • Be able to transfer the acquired knowledge in practical experience. • Be able to demonstrate orally and in writing their comprehension in the solution of case studies. <p>Students acquire knowledge, skills and competencies in the following areas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Professional competence: Skills and knowledge that are useful for managing and planning information systems on a strategic as well as on an operational level. They also acquire knowledge that is useful to manage the challenges of the age of the platform economy. • Methodological competence: Codified set of practices that may be repeatably carried out to produce E-Business and E-Procurement systems and applications which can be used in practice. • Interpersonal skills: For building and working on E-Business and E-Procurement related case studies in teams to enhance the current and future roles as team members and team leaders. The conceptual, technical and interpersonal skills needed to present findings from working on case studies effectively in the business world.
4	<p>Lehr- und Lernformen Seminar (Sem), Praxiserfahrung Eingesetzte Medien: Videoprojektor, Dokumentenkamera, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Videos</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (Dauer: 60 bis 120 min) (auch elektronisch möglich) und/oder einer mündlichen Prüfung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls (Anteil an der Modulnote: 50%) und in Form der Bearbeitung von zwei Fallstudien und Präsentation (Anteil an der Modulnote: 50%). • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgejahr.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>

10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Laudon/Laudon: Management Information Systems, Prentice Hall Laudon/Traver: E-Commerce: Business, Technology, Society, Addison Wesley Publishing Company Robinson/Tapscott/Kalakota: e-Business 2.0: Roadmap for Success Afuah/Tucci: Internet Business Models and Strategies: Text and Cases, McGraw-Hill/Irwin Neef: e-Procurement: From Strategy to Implementation, Financial Times Prentice Hall Chopra/Meindl: Supply Chain Management, Prentice Hall

1	Modulname Marktforschung
1.1	Modulkürzel 22143
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung Marktforschung
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Reckert
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch, Beispiele teilweise englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Den Studierenden sollen Kenntnisse über alle relevanten Marktforschungsinstrumente und den Einsatz der Marktforschung vermittelt werden.</p> <p>Der Unterrichtsinhalt umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Marktforschung • Anforderungen an qualitativ hochwertige Marktforschung • Sekundärmarktforschung • Primärmarktforschung und ihre Erhebungsformen • Qualitative / quantitative Marktforschung • Arten von Befragungen • Vorgehensweise bei einer Befragung (Untersuchungsplan, Auswahl der Stichprobe, Erstellen eines Fragebogens, Durchführen der Befragung, Analyse der Daten, Forschungsbericht) • Expertengespräch • Marktforschungsinstrumente zur Unterstützung der Produktpolitik • Gruppendiskussion • Panel als Spezialfall der Befragung • Werbewirkungsmessung • Testmärkte und Testmarktalternativen • Beobachtung (als Studiotest und Feldtest) • Experiment • Store Checks

3	<p>Ziele</p> <p>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Instrumente der Marktforschung kennenzulernen, zu verstehen und ggf. einzusetzen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (V) mit Fallstudien</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Marketing und internationales Marketing und evtl. weitere vertiefende Fächer im Bachelorstudium, englische Sprachkenntnisse</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS Vorlesung.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <p>ATTESLANDER, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin</p> <p>BACKHAUS, K., ERICHSON, B., PLINKE, W., WEIBER, R.: Multivariate Analysemethoden. Berlin</p> <p>BEREKOVEN, L., ECKERT, W., ELLENRIEDER, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. Wiesbaden</p> <p>DAMMER, I., SZYMKOWIAK, F.: Gruppendiskussion in der Marktforschung. Opladen/Wiesbaden</p> <p>HAMMANN, P., ERICHSON, B.: Marktforschung, Stuttgart</p>

1	Modulname Wahlpflichtmodul 4/5
1.1	Modulkürzel 22400/23400
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wahlpflichtmodul 4/5
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Almeling
1.6	Weitere Lehrende Alle Lehrenden des Fachbereichs Wirtschaft
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt Die Studierenden wählen im zweiten und im dritten Semester jeweils ein Modul (Wahlpflichtmodul) aus einem Katalog, der vor Beginn des Semesters bekannt gegeben wird. Die Inhalte der Wahlpflichtmodule können sowohl direkten Bezug zu den Vertiefungsrichtungen haben als auch vertiefungsrichtungsübergreifend oder überfachlich ausgestaltet sein.
3	Ziele Von den einzelnen Wahlpflichtmodulen abhängig
4	Lehr- und Lernformen Von den einzelnen Wahlpflichtmodulen abhängig
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsvorleistungen sind bei den einzelnen Wahlpflichtmodulen möglich. • Die Form der Prüfungsleistung kann sich bei den einzelnen Wahlpflichtmodulen unterscheiden. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.

7	Notwendige Kenntnisse Keine
8	Empfohlene Kenntnisse Von den einzelnen Wahlpflichtmodulen abhängig
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Von den einzelnen Wahlpflichtmodulen abhängig

1	Modulname Advanced Business Simulation
1.1	Modulkürzel 22451
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Advanced Business Simulation
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Almeling, Dr. Thümmel
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Business Plan: students have to write a business plan which will be evaluated • Performance of the firm in the simulation game: Performance will be assessed in terms of the increase in profitability, the increase in market share, the success of new product launches • Evidence of a coherent strategy – Teams will defend their strategy in the last class. The entire class will evaluate their strategy and execution for success.
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage, die Notwendigkeit, Risiko und Unsicherheit in betriebliche Entscheidungs- und Geschäftsprozesse einzubeziehen, sowie die zugehörigen spiel- und entscheidungstheoretischen Ansätze zu erläutern.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsprozesse modellhaft abzubilden und für die Anwendung von Simulationsverfahren zugänglich zu machen. Sie können Inputdaten erheben und analysieren. Die Studierenden können gängige Simulationssoftware einsetzen und die Unterschiede der zugrunde liegenden Konzepte darstellen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können die Inputdaten ökonomisch bewerten und ihr Potenzial für eine Optimierung des jeweiligen Geschäftsprozesses beurteilen.</p>

4	Lehr- und Lernformen Seminaristische Lehrveranstaltung, Planspielanalysen, studentische Kurzbeiträge, Übungen mit PC-Simulationssoftware Eingesetzte Medien: Unternehmensplanspiel-Software, Software zu Unternehmensgründung und Business-Plänen
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in Form einer Präsentation und einer praktischen Prüfung im Rahmen des Planspiels • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	Notwendige Kenntnisse Keine
8	Empfohlene Kenntnisse Keine
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Laguna/Marklund: Business Process Modeling, Simulation and Design, Pearson Prentice Hall Liebold/Lüpertz/Reip: Lehraufgaben zur Betriebswirtschaftslehre mit computerunterstützten Unternehmenssimulationen, Europa-Lehrmittel Strahinger (Hrsg.), Business Engineering, dpunkt

1	Modulname Leadership and Change Management
1.1	Modulkürzel 22500
1.2	Art Pflichtmodul
1.3	Lehrveranstaltung Leadership and Change Management
1.4	Semester Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Stork
1.6	Weitere Lehrende Dr. Kopsch, Dr. Nettelbeck, Dr. Seibert, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch; Literatur und Unterlagen in der Vorlesung und bei den Übungen teilweise auch in Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Einführung: Führung und Management in anspruchsvollen betrieblichen Situationen – Leadership und Change Management</p> <p>Grundlagen: Motivationskonzepte und Lernkonzepte und ihr Erklärungsbeitrag zur Entstehung von Leistung</p> <p>Leadership:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsabgrenzungen: Management, Führung und Leadership • Dimensionen von Führung und die spezifischen Eigenschaften von Leadership <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmerisches Denken und Handeln sowie Kultur- und Wertemanagement, ○ Aufgaben managen sowie Visionen und Ziele entwickeln, ○ Führen von Mitarbeitern und Führung von Teams, ○ „Führen“ des Vorgesetzten und die Zusammenarbeit mit anderen Führungskräften, ○ Selbstmanagement und die Entwicklung von Ressourcen • Besonderheiten der Führung bei (größeren und komplexen) Projekten • Wirksames Führungsverhalten und erfolgreiche Führungsstile in anspruchsvollen betrieblichen Situationen - ausgewählte Formen von Führung und Leadership <p>Change Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsabgrenzungen: Projektmanagement, Changemanagement und Transformationsprozesse • Dimensionen von Veränderungen und spezifische Besonderheiten in Phasen der Veränderung <ul style="list-style-type: none"> ○ Akteure, Beteiligte und Stakeholder in Veränderungsprozessen ○ Komplexitäten sowie Risiken, Ungewissheiten und Unsicherheiten in Veränderungsprozessen

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Phasen der Veränderung (die klassischen Modelle nach Lewin und Kotter) ○ Technische, prozessuale und personelle / kulturelle Reifegrade in Veränderungsprozessen ○ Informieren, Kommunizieren und Lernen in Veränderungsprozessen ● Systemische Ansätze zum Change Management (insb. Ziel- vs. Prozessorientierung) ● Organisationale Transformationsprozesse <p>Fallstudien zu aktuellen anspruchsvollen betrieblichen Herausforderungen (komplexe Change- resp. Transformations-Aufgaben)</p>
<p>3</p>	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Leadership und Change Management als besondere Qualitätsmerkmale des betrieblichen Managements darstellen und ihre Funktion und Bedeutung insbesondere in anspruchsvollen betrieblichen Situationen beschreiben ● die grundlegenden Konzepte zur Motivation, zum Lernen sowie zu den relevanten betrieblichen Rahmenbedingungen im Hinblick auf die Förderung von Leistung erläutern und erklären. ● die Dimensionen von Führung sowie die spezifischen Eigenschaften von Leadership erläutern ● die Besonderheiten von Führung im Rahmen von (größeren und komplexen) Projekten herausarbeiten ● die Dimensionen von Veränderungen sowie die spezifischen Besonderheiten in Phasen der Veränderung darstellen und aufzeigen ● die involvierten Parteien, die verschiedenen Reifegrade sowie die spezifischen Phasen in Veränderungsprozessen darstellen und in ihrer Funktion und Wirkung erläutern (klassische Modelle zum Veränderungsmanagement) ● weiterführende systemische Ansätze sowie Konzepte zu organisationalen Transformationsprozessen darstellen und ihre Bedeutung, insbesondere in komplexen Ausgangssituationen, erklären. <p>Fertigkeiten:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> ● betriebliche Situationen unter zur Hilfenahme der einschlägigen Modelle und Konzepte analysieren und die geeignete Konzepte im Bereich von Führung und Leadership sowie von Change Management zur Bewältigung der betrieblichen Herausforderungen auswählen ● entsprechend der jeweiligen Phasen im Veränderungsprozess (klassische Modelle nach Lewin und Kotter) die jeweils geeigneten Maßnahmen im Bereich des Managements und der Führung ableiten ● anhand von Kriterien und Merkmalen herausarbeiten, wann und in wieweit die weiterführenden systemischen Ansätze sowie die Konzepte zur organisationalen Transformationsprozessen zur Anwendung im Rahmen der Bewältigung von betrieblichen Aufgabenstellungen kommen. <p>Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden können Fallstudien zu aktuellen anspruchsvollen betrieblichen Herausforderungen (Change- resp. Transformations-Aufgaben) analysieren und auf Basis der Ansätze und Konzepte zum Leadership und zum Change Management überzeugende Lösungen gestalten, vorstellen und verteidigen (bspw. über eine schriftliche Ausarbeitung oder über eine Präsentation).</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (V) mit Hörsaalübungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer-/Whiteboard-Präsentationen, Vorlesungsskript, Arbeitsblätter (Übungen) und elektronische Lernplattform</p>

5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch E-Klausur). Bezüglich der Prüfungsdauer gilt § 12 ABPO. • Andere Prüfungsformen (z.B. Hausarbeiten, Präsentationen), die in der Regel die schriftliche Klausurprüfung ergänzen, sind als Prüfungsleistung möglich. • Prüfungsvorleistungen (z.B. Laborversuche, Bearbeitung von Übungs- oder Entwicklungsaufgaben) – auch in Gruppenarbeit – sind ebenfalls möglich. Prüfungsvorleistungen können benotet oder unbenotet sein. Im Falle benoteter Prüfungsvorleistungen darf der Anteil an der Modulnote 30% nicht übersteigen. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Werden Prüfungsvorleistungen verlangt, ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Advanced Project Management (Masterniveau), sowie Grundlagen-Module insbesondere in Personalmanagement sowie in Organisation und Management, in Controlling und in Marketing auf Bachelorniveau. Falls im Bachelorstudium kein Grundlagenmodul in Personalmanagement besucht wurde, wird dessen Nachholen zu Beginn des Masterstudiums empfohlen.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur</p> <p>Christensen: The Innovator´s Dilemma, Watertown</p> <p>Kotter: Das Pinguin Prinzip, München</p> <p>Krummacker; Vogel: Leadership – Best Practices und Trends, Wiesbaden</p> <p>Lang/Rybnikova: Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, Wiesbaden</p> <p>Malik: Führen, Leisten, Leben, Campus, Frankfurt</p> <p>Neuberger: Führen und führen lassen, Stuttgart</p> <p>Sprenger: Mythos Motivation, Frankfurt</p> <p>von der Oelsnitz: Einführung in die systemische Personalführung, Heidelberg</p>

1	Modulname Internationale Steuern
1.1	Modulkürzel 23111
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Internationale Steuern
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Hartmann
1.6	Weitere Lehrende Dr. Almeling, Dr. Fresl, Dr. Wiese
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Formen der unbeschränkten und beschränkten Steuerpflicht • Erscheinungsformen, Ursachen und Konsequenzen von Doppelbesteuerungen • Innerstaatliche, bi- und multilaterale Instrumente und Methoden zur Vermeidung/Milderung von Doppelbesteuerungen • Behandlung von Auslandsverlusten § 2a EStG • Behandlung beschränkt Steuerpflichtiger bei steuerabzugspflichtigen inländischen Einkünften nach nationalem Recht • Behandlung beschränkt Steuerpflichtiger in anderen Fällen mit inländischen Einkünften nach nationalem Recht • Regelungsinhalte und Beschränkungen staatlicher Besteuerungsrechte in In- und Outboundfällen durch DBA oder multilaterale Übereinkommen • Allgemeine und außensteuerrechtliche Korrektornormen und -verfahren zur Einkünfteberichtigung • Wegzugbesteuerung, Wohnsitzwechsel, Hinzurechnungsbesteuerung nach AStG
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden kennen neben den innerstaatlichen Bestimmungen zur Behandlung von grenzüberschreitenden Aktivitäten den Aufbau und die Regelungsbereiche von Doppelbesteuerungsabkommen sowie den Einfluss europarechtlicher Vorgaben. Fertigkeiten:

	<p>Die Studierenden sind in der Lage, an sie herangetragene Fragestellungen in Bezug auf die Vor- und Nachteile möglicher Gestaltungsformen/-alternativen unternehmerischer Auslandsaktivitäten in In- und Outbound-Fällen selbständig einer Lösung zuzuführen.</p> <p>Kompetenzen: Aufgrund umfassender Kenntnisse im Bereich der Unternehmensbesteuerung können sie komplexe Sachverhalte analysieren, in einen Gesamtkontext einordnen und steueroptimale Handlungsalternativen für grenzüberschreitenden Aktivitäten von Unternehmen und für deren Mitarbeiter in Entsorgungsfällen entwickeln.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Einkommens- und Ertragsbesteuerung von Unternehmen in Deutschland, Handels- und Gesellschaftsrecht, Unternehmensfinanzierung</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Bächle: Internationales Steuerrecht (orange Reihe), Schäffer-Poeschel Bächle: Internationales Steuerrecht (blaue Reihe), Schäffer-Poeschel Brähler: Internationales Steuerrecht, Springer-Gabler Jacobs: Internationale Unternehmensbesteuerung, Beck Groß-Bölting: Internationales Steuerrecht, Alpmann-Schmidt Wilke: Lehrbuch des internationalen Steuerrechts, NWB</p>

1	Modulname Betriebswirtschaftliches Prüfungswesen
1.1	Modulkürzel 23112
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Betriebswirtschaftliches Prüfungswesen
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Almeling
1.6	Weitere Lehrende Dr. Wiese
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Im Rahmen des Moduls werden einführend die Grundlagen des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff und Ziele einer betriebswirtschaftlichen Prüfung • Risikofeststellung und -beurteilung • Prüfungstechniken • Berichterstattung <p>Darüber hinaus werden ausgewählte, relevante Gegenstände des betriebswirtschaftlichen Prüfungswesens behandelt, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Besondere vergangenheitsbezogene Finanzinformationen (u.a. Financial Covenants, Eigenkapital, Mittelverwendungsnachweise, ausgewählte Abschlussposten) • Nicht-finanzielle Informationen (u.a. Mengengrößen, Nachhaltigkeitsberichte, Sozialbilanzen, Umweltbilanzen) • Zukunftsbezogene Informationen (u.a. Prognosen finanzieller und nicht-finanzieller Leistungsindikatoren) • Systeme und Prozesse (u.a. Kontrollen, Risikomanagement, Compliance, Interne Revision) • Verhalten (u.a. Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung) • Besondere Berichte (u.a. Lageberichte, Vergütungsberichte)

3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden können den Begriff und die Ziele sowie rechtliche Grundlagen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung erläutern. Sie können das risikoorientierte Prüfungsvorgehen und die Bedeutung der in den Prüfungsgegenständen enthaltenen Aussagen für die Prüfung darstellen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, Prüfungstechniken fallbezogen anzuwenden. Sie können für verschiedene Prüfungsgegenstände Prüfungsstrategien und Prüfungspläne sowie eine sachgerechte Berichterstattung entwickeln.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, Prüfungsaufträge für verschiedene Prüfungsgegenstände sachgerecht zu gestalten und die Grenzen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zu beurteilen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V), Übung (Ü), Seminar (Sem)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung <ul style="list-style-type: none"> ○ in Form einer Klausur (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls (Anteil an der Modulnote 40%) und ○ in Form einer Hausarbeit und einer Präsentation (Anteil an der Modulnote 60%) • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgejahr.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Externes Rechnungswesen, Kenntnisse der nationalen und internationalen Rechnungslegung, Grundlagen der Abschlussprüfung</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>

11	Literatur Almeling/Böhm: Betriebswirtschaftliche Prüfung nach ISAE 3000 (Revised) - Standardsetting, Zielsetzung, Umsetzung, Zweifelsfragen, IDW-Verlag Beasley/Buckless/Glover/Prawitt: Auditing Cases – An Interactive Approach, Pearson Marten/Quick/Ruhnke: Wirtschaftsprüfung, Schäffer-Poeschel Schmidt: Handbuch Risikoorientierte Abschlussprüfung, IDW-Verlag
-----------	---

1	Modulname Advanced Digital Finance
1.1	Modulkürzel 23113
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „Financial Leadership“
1.3	Lehrveranstaltung Advanced Digital Finance
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Kiermeier
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt Vertiefung aktueller Entwicklungen im Bereich Digital Finance und Kapitalmärkte, z.B. <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensfinanzierung: Crowdinvesting/Crowdfunding/Equity-based Funding/Private Equity/Börsengänge nach Web 2.0 Auktionsprinzip, P2P-Kredite für Unternehmen, Funding mithilfe von Fintechs, Working Capital, Data Science, Distributed Ledger-Technologien, Risikomanagement etc. • Beurteilung von Erfolgsfaktoren von Fintech-Unternehmen durch Anwendung wissenschaftlicher Forschungsverfahren (Economic Research Methods) • Online-Kommunikation für Fintechs • Herausforderungen für Fintech-Start-ups • Kooperation mit Fintechs (z.B. aus dem Techquartier in Frankfurt) zu aktuellen Fragestellungen • Beteiligung an Fintech-Forschungsprojekten • Gegebenenfalls Entwicklung von IT-Anwendungen • Anträge zur Forschungsförderung formulieren • Anwendung quantitativer Methoden unter Verwendung von Finanzmarktdaten (z.B. aus Thomson Reuters Datastream oder Eikon)
3	Ziele Kenntnisse: Kenntnis der wichtigsten Entwicklungen in Digital Finance, Kapitalmarkt- Theorien und damit verbundene Fragestellungen. Fähigkeit einschlägige Case Studies selbstständig zu lösen (Kapitalmarkttheorien, Währungskurse, Onlinewährungen, Finanzderivate, Strukturierte Produkte, neue Produktentwicklung, Auswirkungen der Digitalisierung, etc.) Fertigkeiten: Anwendung ökonomischer Methoden zur wissenschaftlichen Diskussion in Finance

	<p>Anwendung theoretischer Grundlagen zur Lösung und Bearbeitung aktueller, praktische Fragestellungen im Finanzdienstleistungsbereich und Controlling</p> <p>Verständnis aktueller wissenschaftlicher Diskussionen bezüglich Entwicklungen auf Kapitalmärkten, Währungen, internationalen Handelsbeziehungen, Onlinewährungen, Finanzderivaten, Strukturierte Produkte, Digital Finance, etc.</p> <p>Fähigkeit auf aktuelle Fragestellungen der Regulierung kompetent reagieren zu können</p> <p>Fähigkeit neue Technologien (Distributed Ledger etc.) für ihren Einsatz in der Unternehmensführung, Controlling, Finanzmanagement beurteilen und implementieren zu können</p> <p>Umgang mit großen Datenmengen</p> <p>Anwendung ausgewählter statistischer Verfahren auf aktuelle Fragestellungen und Umgang mit Software</p> <p>Kompetenzen:</p> <p>komplexe Sachverhalte des Portfolio- und Risikomanagements in der Unternehmensführung zu identifizieren und praktische Fragestellungen selbstständig zu beurteilen und Vorgehensweisen zu deren Bearbeitung zu identifizieren und anzuwenden</p> <p>Methoden des modernen Finanzmanagements zur Verwirklichung der Unternehmensziele zu implementieren, durchzuführen und zu überwachen</p> <p>aktuelle Fragestellungen einzuordnen und praktische Lösungen vorzuschlagen und zu implementieren</p> <p>die Darstellung von Sachverhalten und Forschungsergebnissen entsprechend der Industriestandards zu präsentieren</p> <p>Anfertigung von Anträgen zur Forschungsförderung</p> <p>Mitarbeit an wissenschaftlichen Forschungsfragen und entsprechenden Publikationen</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (V), Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan), Statistikprogramme, Arbeiten im Computerlabor</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer abschließenden Ergebnispräsentation an einem Workshop (80%) und ggf. z.B. weitere Prüfungsleistungen in Form der Formulierung von Forschungsanträgen oder einer Dokumentation für Medien (z.B. fbw Newsletter) (20%, soweit gefordert). • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Wirtschaftsstatistik, Wirtschaftsmathematik, Volkswirtschaftslehre, Investition und Finanzierung, Controlling</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>

10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Freiknecht: Big Data in der Praxis: Lösungen mit Hadoop, Hbase, Hive, Hanser Gruber/Elton: Modern Portfolio Theorie and Investment Analysis, Wiley John + Sons Hartung/Elpert: Multivariate Statistik, Oldenbourg Hull/White: Finanzderivate Mankiw: Volkswirtschaftslehre Shapiro: Multinational Financial Management, Wiley oder Shapiro/Moles: International Financial Management, Wiley Murray: Tableau Your Data!: Fast and Easy, Wiley Wollschläger: R Kompakt, Springer Zantow: Finanzierung, Pearson Studium

1	Modulname Business Intelligence & Knowledge Discovery
1.1	Modulkürzel 23121
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung Business Intelligence & Knowledge Discovery
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Knoll
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen des Data-Warehousing, der Business Intelligence und der Knowledge Discovery: Wichtige Begriffsdefinitionen und Abgrenzungen, • vertiefende Fragestellungen zum Data-Warehousing: Data-Warehouse Architektur, relationale und non-relationale Datenbanken, Projektierung und Betrieb eines Data-Warehouse-Services, • vertiefende Fragestellungen zur Business Intelligence und zur Knowledge Discovery: Berichtswesen, Analysen, Werkzeuge, Grundlagen des Data- und Text-Minings, Einsatz von fortgeschrittenen Analyseverfahren, • vertiefende Kenntnisse im Knowledge Management: Prozesse und Strukturen im Wissensmanagement.
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können die Begriffe und die inhaltlichen Zusammenhänge der Themenfelder Business Intelligence und Knowledge-Discovery sowie des Knowledge Managements benennen und definieren und die inhaltlichen Zusammenhänge insbesondere gegenüber den Anwendern dieser Konzepte gegenüber darstellen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden haben die relevanten Methoden und Werkzeuge verstanden. Sie können die Konzepte auf eine praxisorientierte oder wissenschaftliche Fragestellung anwenden, den Zielgruppen gegenüber erklären und in der Gesamtsicht vor dem Anwendungshintergrund bewerten.</p> <p>Kompetenzen:</p>

	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung aktueller Methoden in Business Intelligence und Knowledge Discovery für ein Unternehmen zu bewerten und die grundlegenden Aspekte den betroffenen Stakeholdern gegenüber anschaulich zu strukturieren und darzustellen. Sie können die Relevanz der Ergebnisse aus Analysen hinsichtlich ihrer Verwendbarkeit für bestehende und neue Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens, aber auch hinsichtlich der gesellschaftlichen Verantwortung (Datenschutz) beurteilen und entsprechende Empfehlungen im Rahmen der Umsetzung formulieren. Darüber hinaus sind sie in der Lage, den aktuellen Stand der Business Intelligence und des Knowledge Managements im Unternehmen detailliert und systematisch zu evaluieren. Auf Basis des aktuellen Standes der Business Intelligence und des Knowledge Managements im Unternehmen können sie die Einfluss- und Erfolgsfaktoren für einen optimierten Umgang mit gesammelten Daten, aber auch mit unternehmenseigenem Wissen und gesammelten Erfahrungen analysieren, Verbesserungspotentiale erkennen, geeignete Maßnahmen daraus ableiten und priorisieren und auf dieser Basis ganzheitliche Lösungen im Gesamtkontext der Unternehmensentwicklung entwerfen. In den Fachbereichen wirken sie bei der Formulierung von Anforderungen an eine Datenbasis für Analysen anleitend und gestaltend mit, steuern die Kommunikation in Richtung IT-Abteilung oder stehen in der IT als erster Ansprechpartner für die Fachbereiche bei der Lösungsentwicklung zur Verfügung. Schließlich können sie eine Auswahl von geeigneten Rahmenwerken/ Standards für ein Unternehmen zusammenstellen, Empfehlungen hierzu aussprechen und notwendige Umsetzungsmaßnahmen erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage zu beurteilen, welche hohe Bedeutung ein systematisches und analytisches Vorgehen sowie eine gute Kommunikation hinsichtlich der gesammelten und in Analysen verwendeten Daten und der damit verbundenen Methoden und einzuleitenden Maßnahmen besitzt. Sie können sich auf Basis ihres erworbenen Wissens als sachkundiger Experte in Projekte oder Fragen der Betriebsführung einzubringen. Eine zentrale Eigenschaft ist dabei die Fähigkeit, Vorgaben für die Sammlung von Daten einerseits und eine anschauliche Darstellung auch komplexer Analyseergebnisse andererseits zu formulieren und die Umsetzung zu überwachen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit integrierten Übungen/Fallstudien (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen der Wirtschaftsinformatik auf Bachelor-Niveau, Vertiefungsmodule in Wirtschaftsinformatik, insbesondere Datenbanken, sowie betriebswirtschaftliche Grundlagen auf Bachelorniveau</p>

9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Bauer/Günzel: Data-Warehouse-Systeme: Architektur, Entwicklung, Anwendung, dpunkt Esther/Sander: Knowledge Discovery in Databases, Springer Gansor/Totok: Von der Strategie zum Business Intelligence Competency Center, dpunkt Gerhards/Trauner: Wissensmanagement, Hanser Hildebrand/Gebaue: Daten- und Informationsqualität, Springer Kemper/Baars: Business Intelligence - Grundlagen und praktische Anwendungen, Springer Lehner: Wissensmanagement, Hanser Köppen/Saage: Data Warehouse Technologien, mitp Meier/Zumstein: Web Analytics & Webcontrolling, dpunkt Provost/Fawcett: Data Science for Business, O'Reilly Schön: Planung und Reporting: Grundlagen, Business Intelligence, Mobile BI und Big-Data-Analytics, Springer Snide/Jordan: Data Warehouse Blueprints: Business Intelligence in der Praxis, Hanser</p>

1	Modulname Datenbanken
1.1	Modulkürzel 23122
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung Datenbanken
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Knoll
1.6	Weitere Lehrende Dr. Rebstock
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Darstellung und Vermittlung der Zusammenhänge erfolgt ausgeprägt praxisorientiert und durch praktische Übungen an mehreren unterschiedlichen Beispielen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische und fachliche Grundlagen von Datenbanken, Datenbank-Architekturen • Relationale, objektrelationale und objektorientierte Datenbankmodelle • Externe, konzeptionelle/konzeptuelle und interne Datenbankschemata • Performance- und Tuning-Fragen • Datenqualität • Abfragen/Berichte (Reports/Queries) • Beispiele aus der Praxis: Fallstudien; Übungen, z.B. mit mySQL, DB/2 oder Oracle
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen und verstehen die Einsatzbereiche und Vorteile von Datenbanken und die hohe Bedeutung des Themas Datenqualität im betrieblichen Alltag bei der Unterstützung von Geschäftsprozessen. Sie wissen, welche Datenbankmodelle es gibt und wann welches Modell idealerweise eingesetzt wird. Sie kennen den fachlichen und technischen Aufbau von Datenbanksystemen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, projektbezogene fachliche Anforderungen an das Datenbankmodell zu erkennen, mit den Anspruchsgruppen zu diskutieren und im Rahmen von Fachkonzepten zu dokumentieren. Sie wissen, wie Abfragen funktionieren und können selbst Berichte erstellen beziehungsweise Berichtsersteller aus fachlicher Sicht beraten.</p>

	<p>Kompetenzen: Die Studierenden können bei Entscheidungen zur Einführung von Datenbanksystemen aus fachlicher und technischer Sicht in führender Rolle mitwirken.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit integrierten Übungen/Fallstudien (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer mündlichen Prüfung (50 Prozent) und veranstaltungsbegleitend zusätzlichen alternativen Prüfungsleistungen (i.d.R. Fallstudien, auch als Gruppenleistung, 50 Prozent) • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgejahr.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Information Management</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Beaulieu: Einführung in SQL, O'Reilly Geisler: Datenbanken – Grundlagen und Design, mitp Gennick: SQL – kurz und gut, O'Reilly Kemper: Datenbanksysteme, Oldenbourg</p>

1	Modulname Anwendungen in der Internetökonomie
1.1	Modulkürzel 23123
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Information Management“
1.3	Lehrveranstaltung Anwendungen in der Internetökonomie
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Rebstock
1.6	Weitere Lehrende Dr. Knoll, Dr. Tafreschi, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Veranstaltung befähigt Betriebswirte im Master-Studiengang, die die Internetökonomie und deren Anwendungen aus Sicht von Unternehmen in vertiefter Form und vor wissenschaftlichem Hintergrund zu verstehen, zu bewerten und zu gestalten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Internetökonomie <ul style="list-style-type: none"> ○ Betriebswirtschaftliche Bedeutung der Internetökonomie ○ Anwendungsbereiche der Internetökonomie ○ Ausprägungen und Stufen des E-Business ○ Operative und strategische Potenziale der Internetökonomie aus Unternehmenssicht ○ Auswirkungen der Internetökonomie auf Unternehmen und Wertschöpfungsketten ○ Internetökonomie und Informationsintensität ○ Internetökonomie, Transaktionskosten und Koordinationsformen ○ Anwendungen der Internetökonomie im Überblick • Anwendungen des E-Commerce <ul style="list-style-type: none"> ○ Ausprägungen und Funktionselemente ○ Analyse und Bewertung • Anwendungen des E-Marketing <ul style="list-style-type: none"> ○ Kontaktoptionen und Instrumente ○ Analyse und Bewertung • Anwendungen zur E-Business-Integration <ul style="list-style-type: none"> ○ Gestaltungsalternativen der interorganisationalen elektronischen Integration ○ Dokumentbasierte Integration (EDI) ○ Systemintegration

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Analyse und Bewertung ● Anwendungen des E-Procurement <ul style="list-style-type: none"> ○ Ausprägungen und Funktionselemente ○ Katalogmanagement ○ Analyse und Bewertung ● E-Portal-Anwendungen ● E-Markt-Anwendungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Akteure und Funktionselemente ○ Börsen und alternative Preisbildungsmechanismen ○ Analyse und Bewertung
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Die Studierenden können die betriebswirtschaftliche Bedeutung der Internetökonomie wissenschaftlich fundiert beschreiben und erklären. ● Die Studierenden können den Zusammenhang zwischen Internetökonomie und Informationsintensität wissenschaftlich fundiert beschreiben und erklären. ● Die Studierenden können den Zusammenhang zwischen Internetökonomie, Transaktionskosten und Koordinationsformen wissenschaftlich fundiert beschreiben und erklären. <p>Fertigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Die Studierenden sind in der Lage, die Anwendungsbereiche und Ausprägungen des E-Business im Hinblick auf einen konkreten betrieblichen Einsatz methodisch fundiert zu überprüfen und auszuwählen. ● Die Studierenden können die Einsatzalternativen der dokumentbasierten Integration und der Systemintegration gegeneinander abwägen und die geeignete Alternative für eine gegebene Situation auswählen. ● Die Studierenden sind in der Lage, die Herausforderungen des Katalogmanagements an Beispielen fundiert zu erläutern und Gestaltungsoptionen zu bewerten. <p>Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Die Studierenden können die Einsatzmöglichkeiten von <ul style="list-style-type: none"> ○ E-Commerce, ○ E-Marketing, ○ E-Business-Integration, ○ E-Procurement, ○ E-Portalen und ○ E-Märkten für eine konkrete betriebliche Situation fundiert evaluieren und bewerten.
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V) mit Übung (Ü); Selbststudium mit Lerntagebuch, Inverted Classroom-Konzept.</p> <p>Eingesetzte Medien: Lernplattform Moodle, elektronisches Skript, Online-Diskussionsforen, Weblinks, Webvideo, Online-Aufgaben, E-Books, PC, Beamer, Tafel</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>

6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsvorleistungen in Form von Beiträgen im Online-Diskussionsforum oder Führen eines Lern-tagebuchs (nach Ansage zu Beginn des Semesters). • Prüfungsleistung in Form von zwei Hausarbeiten zu Themen nach Ansage zu Beginn des Semesters. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folge-semester. • Der Anteil der Prüfungsvorleistungen an der Modulnote beträgt insgesamt maximal 40%. • Der Anteil der Prüfungsleistung in Form von zwei Hausarbeiten an der Modulnote beträgt insge- samt mindestens 60%, je Hausarbeit mindestens 30%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prü- fungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistungen.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Information Management</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Meier/Stormer: eBusiness & eCommerce, Springer. Stoll: E-Procurement. Grundlagen, Standards und Situation am Markt, Vieweg Chaffey: E-Business and E-Commerce Management. Strategy, Implementation and Practice, Prentice Hall Kollmann: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy, Gabler Großmann/Koschek: Unternehmensportale. Grundlagen, Architekturen, Technologien, Springer Walsh/Hass/Kilian (Hrsg.): Web 2.0, Springer Mohapatra: E-Commerce Strategy, Springer Xu/Zhang/Li: Web Mining and Social Networking, Springer Stocker/Tochtermann: Wissenstransfer mit Wikis und Weblogs, Gabler</p>

1	Modulname Management und Controlling von Logistikprozessen
1.1	Modulkürzel 23131
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Management und Controlling von Logistikprozessen
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bohnhoff
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen, Aufgaben und Ziele des Logistikcontrollings • Strategisches und operatives Logistikcontrolling • Aufbau und Logistikkostenrechnung • Aufbau einer Logistikleistungsrechnung • Aufbau der Prozesskostenrechnung • Kennzahlensysteme in der Logistik
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können wesentliche Methoden und Ansätze im Bereich Logistik-Controlling erläutern.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Aufgaben des internen Rechnungswesens, insbesondere der Kosten- und Leistungsrechnung im Zusammenhang mit Fragestellungen der Logistik zu verstehen und zu erklären. Sie können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können das auf das konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungsproblem anzuwendenden Verfahren erkennen, auswählen und dessen Ergebnisse und Einsatzmöglichkeiten kritisch beurteilen.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V) mit Übungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls und ggf. in Form von Präsentationen zu einzelnen Themen als Gruppenarbeit. Die Durchführung und Benotung der Präsentationen erfolgt als Teamleistung (Die Präsentationen gehen mit 30 % in die Gesamtnote ein) • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Czenskowsky/Piontek: Logistikcontrolling, Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain Piontek: Bausteine des Logistikmanagements: Supply Chain Management. E-Logistics. Logistikcontrolling Jürgen (Hrsg.) : Praxis des Logistik-Controlling Weber: Logistik-Controlling</p>

1	Modulname IT-Systeme in der Logistik
1.1	Modulkürzel 23132
1.2	Art Pflicht für die Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung IT-Systeme in der Logistik
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bucerius
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Informationsflüsse in Logistikketten • Anwendungssysteme in Logistik und Supply Chain Management; inner- und überbetriebliche Planungs-, Optimierungs- und Dispositionssysteme • Verzahnung logistischer Informationen mit weiteren betrieblichen IT-Aufgaben (Produktion, Marketing, Rechnungswesen) • GPS- und RFID-gestütztes Transportmanagement
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgabenstellungen und den Funktionsumfang der verschiedenen Anwendungsgebiete von IT-Systemen in der Logistik inter- und intraorganisational und können diese kritisch bewerten.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden haben ein vertieftes praktisches Verständnis durch Übungen mit ausgewählten Anwendungen und können ihre Erfahrungen auf andere Systeme übertragen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden haben ein vertieftes Verständnis der Grundlagen von Logistik- und Supply-Chain-Anwendungen und können deren Einbettung in betriebswirtschaftliche Fragestellungen und deren Rolle für Geschäftsstrategien analysieren und beurteilen.</p>

<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V) mit Übungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
<p>5</p>	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
<p>7</p>	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
<p>8</p>	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
<p>9</p>	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
<p>10</p>	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
<p>11</p>	<p>Literatur Stadtler/Kilger: Supply Chain Management and Advanced Planning: Concepts, Models, Software, and Case Studies</p>

1	Modulname Operations Management
1.1	Modulkürzel 23133
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Operations Management
1.4	Semester Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wojanowski
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Operations Management • Logistische Kennlinien und Grundlagen der Warteschlangentheorie • Logistische Grundgesetze • Prognose und Bestandsmanagement • Produktionsprogrammplanung • Produktionsbedarfsplanung • Ablaufplanung
3	Ziele Kenntnisse: Ausgehend von der Vermittlung eines vertieften Verständnisses zu den grundlegenden Zusammenhängen der Produktionstheorie erarbeiten sich die Studierenden die Zusammenhänge der wichtigsten Logistikkennzahlen Bestand, Durchlaufzeit und Leistung. Dazu werden Ihnen die Konzepte der Betriebskennlinien und der Factory Dynamics vermittelt. Damit wird ein grundlegendes Verständnis für die Methoden des Lean Management erzeugt. Der Produktionsplanungsprozess von der Produktionsprogrammplanung bis zur taktischen Ablaufplanung wird vertieft. Dabei erfolgt die Vermittlung wichtiger Methoden zur Prognose, Bestandsmanagement, Nettobedarfsrechnung und Maschinenbelegung. Fertigkeiten: Die Studenten sind in der Lage, Wertschöpfungsprozesse hinsichtlich der Kennzahlen Bestand, Durchlaufzeit und Leistung zu analysieren. Dazu stehen ihnen Kennzahlen und Methoden zur Auswahl, die eine logistikgerechte Bewertung des Unternehmens im eingeschwungenen Betriebspunkt ermöglicht. Die

	<p>Studierenden beherrschen den Produktionsplanungsprozess im Unternehmen und wenden Methoden zur Prognose, Bestandsmanagement, Nettobedarfsrechnung und Maschinenbelegung sicher an.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden besitzen die Kompetenz der lösungsorientierten, ganzheitlichen Analyse realer Wertschöpfungsketten und erarbeiten für diese unter Zuhilfenahme geeigneter Methoden einen Lösungsvorschlag zur kontinuierlichen Optimierung.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Hopp/Spearmann: Factory Physics Thonemann: Operations Management Heizer/Render/Munson: Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management Jodlbauer: Produktionsoptimierung: Wertschaffende sowie kundenorientierte Planung und Steuerung Nyhuis/Wiendah: Logistische Kennlinien Kummer/Grün; Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik</p>

1	Modulname Digitales Marketing
1.1	Modulkürzel 23141
1.2	Art Pflichtmodul in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung Digitales Marketing
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Valizade-Funder
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das digitale Marketing • Ziele, Strategien und Instrumente des Online-Marketing • Website • Suchmaschinenmarketing Elemente und Tools der Suchmaschinenoptimierung • Content Marketing • Story-Telling • Social-Media-Marketing • Mobile-Marketing Inhalt, Möglichkeiten und Grenzen
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden haben Kenntnis von den unter „Inhalt“ genannten Bereichen und können die verschiedenen Methoden des strategischen Marketings im Online Bereich beschreiben und anwenden.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage Lösungen konkreter Fragestellungen aus dem Bereich des digitalen Marketings strukturiert zu analysieren und systematische Lösungen zu erarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage arbeitsteilig in Teams zu arbeiten sowie Fertigkeit, Ergebnisse professionell zu präsentieren.</p> <p>Kompetenzen:</p>

	Kompetenz, das erlernte Marketingwissen im Berufsleben situationspezifisch anzuwenden, Strategien zu entwickeln und zu beurteilen sowie die Kompetenz zur Arbeit im Team.
4 Lehr- und Lernformen	Vorlesung (V), Übung (Ü) Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)
5 Arbeitsaufwand und Credit Points	Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6 Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 60 bis 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Ggf. Prüfungsvorleistung in Form einer Präsentation im Laufe des Semesters, in dem Fall ist die Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung das Bestehen der Prüfungsvorleistung im gleichen Semester • Der Anteil der Prüfungsvorleistung an der Modulnote beträgt 30% • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester für die Prüfungsvorleistung im Folgejahr.
7 Notwendige Kenntnisse	Keine
8 Empfohlene Kenntnisse	Grundlagen des Marketing und Internationales Marketing
9 Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots	Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10 Verwendbarkeit des Moduls	
11 Literatur	Chaffey: E-Business und E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice, Harlow, Fritz: Internet-Marketing und Electronic Commerce, Gabler Verlag, Wiesbaden. Grabs/Bannour: Social Media Marketing: Strategie-Maßnahmen für Facebook, Twitter, XING und Co., Galileo Computing, Bonn. Kreutzer: Praxisorientiertes Online-Marketing – Konzepte, Instrumente, Checklisten, Springer/Gabler, Wiesbaden. Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing, Springer/Gabler. Weinberg/Lange: Social Media Marketing: Strategien für Twitter, Facebook & Co., O'Reilly, Beijing.

1	Modulname Interaktives Marketing
1.1	Modulkürzel 23142
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung Interaktives Marketing
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Neu
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und System des klassischen und des modernen Dialogmarketings • Marktsegmentierung und Adress-Management (Eigen- und Fremdadressen) • Database-Marketing • Klassische und moderne Instrumente des interaktiven Marketings • Verankerung des interaktiven Marketings im Marketinginstrumentarium • Planung, Kontrolle und Effizienz von Dialogmarketingaktionen
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden lernen alle Instrumente des Dialogmarketings kennen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können mit den Instrumenten des Dialogmarketing und deren optimaler Kombination umgehen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden kennen die Grundlagen des Direkt- und Dialogmarketings und sind in der Lage, diese praxisbezogen anzuwenden.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü), Gastvorträge (G), Exkursion (Ex)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch elektronisch möglich) (Dauer: 120 min) über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen des Marketing, Internationales Marketingmanagement, E-Business und E-Procurement</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Gerdes/Hesse/Vögele: Dialogmarketing im Dialog Hesse/Neu/Theuner: Marketing Hesse/Schäfer: Dialog-Marketing im digitalen Zeitalter Holland: Dialogmarketing, Offline-, Online-Marketing, Mobile und Social Media-Marketing Kreutzer: Online Marketing</p>

1	Modulname Marketing Simulation
1.1	Modulkürzel 23143
1.2	Art Pflicht in der Vertiefungsrichtung „New Media Marketing“
1.3	Lehrveranstaltung Marketing Simulation
1.4	Semester Semester 2/3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Dannenberg
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none">• Kreativität und Kreativitätstechniken• Business Model• Business Model Canvas• Lean LaunchPad Approach• Nützliche Werkzeuge

3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden lernen, wie sich Unternehmen und andere Organisationen durch marktorientierte Strategien und Innovationen am Markt behaupten können. Schwerpunkte bilden dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung von Kreativität und Innovationsfähigkeit zur Entwicklung und Durchsetzung neuer Sach- und Dienstleistungen (Innovationen) • Entwicklung neuer Geschäftsmodelle bis hin zur Gründung und dem Management neuer Unternehmen und anderer Organisationen • Selektion und Evaluation von Marketingkonzepten und -instrumenten • Planung von Marketing- und Verkaufsaktivitäten (Verfahrensinnovation) • Möglichkeiten und Methoden kennen lernen mit denen man prognostizieren kann, welche Auswirkungen verschiedene Marketingstrategien haben und welche Maßnahmen unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (Deckungsbeitrag, Marktanteil, Kundenzufriedenheit und -bindung etc.) besonders geeignet sind. <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • verschiedene Kreativitätsmethoden darstellen und erläutern • notwendige Schritte einer konkreten Marketing-Maßnahme nennen • auf Basis des erworbenen Theoriewissens und eigener Konzeption selbstständig verschiedene Aufgaben und kleinere Projekte aus dem Themenbereich des Marketings durchführen • die eigene Vorgehensweise kritisch reflektieren und analysieren • Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener Prozesse zur Geschäftsmodellgenerierung unterscheiden. <p>Kompetenzen: Im Einzelnen haben die Studierenden nach Abschluss des Moduls auf Basis der Anwendung wissenschaftlicher Methoden die folgenden Kompetenzen entwickelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage mit den gelehrt Tools effektiv und effizient zu arbeiten, um komplexe marketingrelevante Herausforderungen zu bewältigen. • Methodenkompetenz: Die Studierenden sind befähigt, ausgewählte marketingrelevante Vorgänge durchzuführen und deren Ergebnisse zu evaluieren. • Sozialkompetenz: Die Studierenden verfügen über Diskussionsvermögen und Teamfähigkeit. Sie sind in der Lage, konstruktive Kritik zu entwickeln und Ergebnisse vor Gruppen zu präsentieren. Sie verfügen über Begründungsfähigkeit in Bezug auf Entscheidungen und Handlungsalternativen. • Persönliche Kompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig Probleme aus dem Bereich des Marketings zu bewältigen.
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Seminar (Sem), Praxiserfahrung</p> <p>Eingesetzte Medien: Videoprojektor, Dokumentenkamera, Tafel, Whiteboard, Flipchart, Videos, Business Model Canvas</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>

6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (Dauer: 60 bis 120 min) (auch elektronisch möglich) und/oder einer mündlichen Prüfung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls (Anteil an der Modulnote: 50%) und in Form der Bearbeitung von zwei Fallstudien und Präsentation (Anteil an der Modulnote: 50%). • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgejahr.
7	Notwendige Kenntnisse Keine
8	Empfohlene Kenntnisse Keine
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls
11	Literatur Dorf/Blank: Das Handbuch für Startups, O'Reilly Osterwalder/Pigneur: Business Model Generation: Ein Handbuch für Visionäre, Spielveränderer und Herausforderer, Campus Osterwalder/Pigneur/Bernarda/Smith/Wegberg: Value Proposition Design: Entwickeln Sie Produkte und Services, die Ihre Kunden wirklich wollen Die Fortsetzung des Bestsellers Business Model Generation!, Campus Rustler: Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation, Midas Management

1	Modulname Business Development and Entrepreneurship
1.1	Modulkürzel 23500
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Business Development and Entrepreneurship
1.4	Semester Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Fresl, Dr. Dannenberg, Dr. Neu
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Students will learn the major business concepts and theories and how to apply them to to real management situations For that the lecture will focus on how to</p> <ul style="list-style-type: none"> • conduct a robust and insightful Market research and plan • tools to describe the innovation and value of a business concept (incubators and accelerators) • pitch a good idea • fund start-ups (Venture Capital) • profoundly find and describe the Sales-Strategy
3	<p>Ziele</p> <p>Students are able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • word "Vision, Mission and Goals" as a strategy guardrail • identify the relevant market of your venture, focusing on value chain, core competencies and usage of tools to identify the competitive advantage of your business • perform an external analysis including Five Forces Model of Porter, PESTLE, Scenario and Strategic Group Analysis • show the results of the above analyses in your business plan by using tools such as portfolio-analysis and SWOT-analysis • explain how to make sure that the primary and secondary market research are intertwined and embedded in nicely told story line of your business plan • explain how financial backers such as Private Equity and other financial situations evaluate business plans and what they focus on

	<ul style="list-style-type: none"> to pitch the start-up-idea, that means to demonstrate orally and in writing their comprehension in the solution of case studies and also be able to analyse new start up cases as to probability of successful backing by C-level management/investment committees
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V), Übung (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Hausarbeit. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Organisation und Management</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Jedes Semester</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
11	<p>Literatur Friend/Zehle: The Economist Guide to Business Planning Abrams: Successful Business Plan: Secrets & Strategies Wilhelms/Li: For Managers and Entrepreneurs: Strategic Management Rothaermel: Strategic Management: Concepts Fink/Vogelsang/Baumann: Existenzgründung und Businessplan – Ein Leitfaden für erfolgreiche Start-ups Dorf/Blank: Handbuch für Start-ups</p>

1	Modulname Mastermodul
1.1	Modulkürzel 24100
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Mastermodul
1.4	Semester Semester 4
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Almeling
1.6	Weitere Lehrende Alle Lehrenden am Fachbereich Wirtschaft
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder englisch
2	Inhalt Das Mastermodul besteht aus einer Masterarbeit (Master-Thesis) und einem Kolloquium. Es beinhaltet die selbständige Anfertigung einer Ausarbeitung über ein festgelegtes Thema nach wissenschaftlichen Methoden und deren Präsentation.
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage, die Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten zu erläutern und Herausforderungen (z.B. Literaturrecherche und Quellenverwaltung, Einhaltung formaler Anforderungen, Strukturierung von Themen, verständliches, ausgewogenes und fehlerfreies Formulieren) sowie effiziente Lösungsmöglichkeiten hierbei zu beschreiben. Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, ein Problem aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften selbstständig und praxisorientiert nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, indem spezifische Wissensgebiete im Rahmen des Themas verknüpft, vertieft und dargestellt werden. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die aus der Erstellung der Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse verständlich und zielgruppenorientiert zu präsentieren. Hierfür sind sie in der Lage, auf Basis einer Problemstellung eine Zielsetzung der Arbeit zu entwickeln und durch Anwendung wissenschaftlicher Methoden ein verständliches, ausgewogenes und fehlerfreies Ergebnis zu erarbeiten, das zu einem Erkenntnisgewinn führt. Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die im Rahmen der Erstellung der Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse zu bewerten und Schlussfolgerungen hieraus zu ziehen.

4	<p>Lehr- und Lernformen Abschlussarbeit</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. Email), Präsentationsmedien für die Präsentation der durchgeführten Tätigkeiten (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 900 Stunden für 30 Credit Points (CP)</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Prüfungsleistung in Form der Masterarbeit und des Kolloquiums. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. Voraussetzung für die Teilnahme am Modul und an der Prüfungsleistung ergeben sich aus § 12 Abs. 4 BBPO.</p>
7	<p>Notwendige Kenntnisse Voraussetzung für die Teilnahme am Modul und an der Prüfungsleistung ergeben sich aus § 12 Abs. 4 BBPO.</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Abhängig von der Zielsetzung der Masterarbeit</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p>
11	<p>Literatur Abhängig von der Zielsetzung der Masterarbeit</p>