



Modulhandbuch Studiengang Master Business Management

(PO 2017)

Hochschule Emden/Leer
Fachbereich Wirtschaft

(Stand: 15. März 2023)

Inhaltsverzeichnis

1	Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft	3
2	Modulverzeichnis	3
2.1	Pflichtmodule	4
	Macro-Finance	4
	Konzepte und Methoden des Controllings	5
	Europäisches Wirtschaftsrecht	6
	Projekt	7
	Masterthesis	8
2.2	Wahlpflichtmodule	9
	WPM Change Management	9
	WPM Controllingseminar	10
	WPM Corporate Governance	11
	WPM Empirische Forschung und Statistik	12
	WPM Finanzmanagement	13
	WPM Führungspersönlichkeit	14
	WPM Geschäftsprozessmanagement	15
	WPM Informationsmanagement	16
	WPM Interdisziplinäres Rechnungswesenseminar	17
	WPM International strategic Leadership	18
	WPM Logistik / Supply Chain Management	19
	WPM MBM Seminarprojekt	20
	WPM Management Control Systems	21
	WPM Marketingmanagement	22
	WPM Methodenkompetenz	23
	WPM Selbstmanagement	24
	WPM Seminarprojekt MBM	25
	WPM Tax Management	26
	WPM Unternehmensethik	27
	WPM Unternehmensplanspiel	28
	WPM Vertriebsmanagement	29
	WPM Wissenschaftstheoretische Grundlagen	30

1 Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft

BBW	Bachelor Betriebswirtschaft
BBWD	Bachelor Betriebswirtschaft (dual)
BIBA	Bachelor International Business Administration
BWP	Bachelor Wirtschaftspsychologie
MAM	Master Advanced Management
MBM	Master Business Management
MMC	Master Management Consulting

2 Modulverzeichnis

2.1 Pflichtmodule

Modulbezeichnung	Macro-Finance	
Modulbezeichnung (eng.)	Macro-Finance	
Semester (Häufigkeit)	1 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit mit Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung/Projekt	
Modulverantwortliche(r)	Osbild	
Qualifikationsziele	<p>Die Teilnehmer lernen einen fiktiven Investmentfonds zu definieren, zu managen und seine Performance im Rahmen eines (Halb-)Jahresberichts darzulegen sowie die Anlagepolitik schlüssig den virtuellen Anlegern gegenüber zu begründen. Weitreichende Kompetenzen werden im Hinblick auch auf kleine und mittlere Unternehmen gebildet. Einerseits bewegen sie sich auch im Kapitalmarktumfeld - so gibt es Segmente wie SDax oder TechDax, in denen kleinere Unternehmen vertreten sind. Andererseits gehört es zu den täglichen Herausforderungen exportorientierter Unternehmen, ihre Auslandsmärkte zu "lesen", Konjunkturentwicklungen vorherzusagen, Währungsmanagement zu betreiben und ihre Finanzierungsstruktur laufend zu verbessern</p>	
Lehrinhalte	<p>Zunächst wird eine Grobstruktur einer fiktiven Anlagesumme festgelegt (Anleihen, Immobilien, Aktien). Danach wird die Auswahl der Aktien in einem Top-Down-Prozess vertieft. Basis ist die volkswirtschaftliche Verfassung zentraler Länder wie USA, Eurozone, Emerging Markets und damit einhergehend die Analyse zentraler Aspekte der Währungs-, Konjunktur, Struktur- Geld- und Fiskalpolitik usw. Die Erkenntnisse münden in sektorspezifischen Anlagestrategien. Dabei werden neben klassischen kapitalmarktorientierten Modellen auch neuere, wirtschaftspsychologische Methoden wie behavioral finance in Anwendung gebracht. Schließlich werden konkrete "picks" mit Hilfe von Bilanzanalyse und Gewinnschätzungen festgelegt und ein Jahresbericht erstellt</p>	
Literatur	<p>Jonathan Berk, Peter DeMarzo: Grundlagen der Finanzwirtschaft: Analyse, Entscheidung und Umsetzung, Pearson Studium - neueste Auflage. Michael C. Jensen, Clifford W. Smith: The Theory of Corporate Finance. A Historical Overview, in: dies. (eds.): The Modern Theory of Corporate Finance, New York, McGraw-Hill 1984, p. 2-20. H. Beck: Behavioral Economics: Eine Einführung. Springer Gabler. Rolf J Daxhammer, Mate Fascar: Behavioral Finance.UTB (jeweils neueste Auflagen)</p>	
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Osbild	Macro-Finance	4

Modulbezeichnung	Konzepte und Methoden des Controllings	
Modulbezeichnung (eng.)	Concepts and Methods of Management Accounting	
Semester (Häufigkeit)	2 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	BM: Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Kostenrechnung, Grundlagen Controlling	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung mit Vorlesungsbestandteilen, Übungen und Referaten	
Modulverantwortliche(r)	Wilken	
Qualifikationsziele		
Wird aktuell nicht angeboten. AbsolventInnen sollen einerseits erklären können, welche Konzepte und Methoden des Controllings in Theorie und Praxis aktuell relevant sind. Sie sollen in die Lage versetzt werden, zu diesen Themen fundiert Stellung zu nehmen, Beiträge hierzu einzuordnen und zu bewerten. Andererseits sollen die Studierenden für reale Fälle Lösungsvorschläge entwerfen oder die Lösung realer Fallstudien beurteilen können.		
Lehrinhalte		
Das Seminar ist entsprechend den unterschiedlichen Zielsetzungen zweigeteilt: Zum einen werden die in Theorie und Praxis aktuell diskutierten Themen im seminaristischen Unterricht z.B. anhand von Aufsätzen aufgegriffen und erörtert. Dazu gehören derzeit u.a. das Risikocontrolling, strategische Frühaufklärung, Innovationscontrolling und moderne Budgetierungskonzepte. Die Inhalte werden entsprechend der aktuellen Fachdiskussion fortlaufend überarbeitet. Die Studierenden erarbeiten hierzu Fragestellungen durch das Verfassen von Hausarbeiten. Die Ergebnisse präsentieren sie in der Lehrveranstaltung, wo sie im Plenum erörtert und diskutiert werden. Zum anderen wird handlungsorientiert das Umsetzen von Konzepten im oben beschriebenen Sinne geübt. Hierzu werden insbesondere Fallstudien eingesetzt.		
Literatur		
Die Literatur wird nach den behandelten Themenstellungen semesterbezogen bekannt gegeben.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken, Handzlik	Konzepte und Methoden des Controllings	4

Modulbezeichnung	Europäisches Wirtschaftsrecht	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Pflichtfach	
Studentische Arbeitsbelastung	90 h Kontaktzeit + 60 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Referat und/oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Schlappa	
Qualifikationsziele		
Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden die Bedeutung des europäischen Wirtschaftsrechts für unternehmerisches Handeln in einer zunehmend globalisierten Wirtschaft zu erschließen. Dazu wird die besondere Stellung des Europarechts als supranationale Rechtsmaterie im Verhältnis zum nationalen und internationalen Recht dargestellt. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei der Methodik bei der konkreten Anwendung des europäischen Wirtschaftsrechts. Dies erfolgt anhand der juristischen und ökonomischen Analyse und Besprechung konkreter Fälle aus der Rechtspraxis der nationalen und europäischen Gerichte (EuG, EuGH).		
Lehrinhalte		
Die Veranstaltung gliedert sich grob in vier Teile. In einem ersten einleitenden Teil werden die allgemeinen Grundlagen des Europarechts (Rechtsquellen, Wirkungsgrundsätze und Rechtsdurchsetzung) dargestellt. In einem zweiten (zentralen) Teil wird das rechtliche und ökonomische Konzept des europäischen Binnenmarkts und der Inhalt der europäischen Grundfreiheiten (und Grundrechte) behandelt. In einem dritten Teil sollen die für unternehmerisches Handeln besonders relevanten Grundlagen des europäischen Immaterialgüterrechts (Patente, Marken, Design- und Urheberrechte) dargestellt werden. In einem vierten (variablen) Teil können aktuelle Themen des europäischen Wirtschaftsrechts erörtert werden.		
Literatur		
Kilian/Wendt, Europäisches Wirtschaftsrecht; W. Schroeder, Grundkurs Europarecht; Herdegen, Europarecht; Oppermann/Claasen/Nettesheim, Europarecht; Götting, Gewerblicher Rechtsschutz; P. Chrocziel, Einführung in den Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht, Pila/Torremans, European Intellectual Property Law		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schlappa	Europäisches Wirtschaftsrecht	4

Modulbezeichnung	Projekt	
Semester (Häufigkeit)	3 (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Projektseminar, Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen	Marketing Grundlagen	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Projektbericht mit Abschlusspräsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Projektarbeit. ACHTUNG: Begrenzte Teilnehmerzahl!	
Modulverantwortliche(r)	Hummels	
Qualifikationsziele		
Die Studierenden sind in der Lage, marketing- und/oder vertriebsbezogene Problemstellungen eines Unternehmens zu analysieren, Lösungsvorschläge zu erarbeiten und zu priorisieren und die Implementierung zu begleiten. Sie sind dabei in der Lage, Prinzipien des Projektmanagements anzuwenden und ein Projekt zielführend zu planen und durchzuführen.		
Lehrinhalte		
Gegenstand des Projektseminars "Marketingberatung" ist die theoriegestützte Bearbeitung eines praktischen Beratungsprojekts im Bereich Marketing und/oder Vertrieb in selbstorganisierten und eigenverantwortlichen Teams. Im regelmäßigen Dialog mit dem Dozenten werden die projektspezifisch notwendigen theoretischen Inhalte er- bzw. aufgearbeitet. Die Vorgehensweise und Ergebnisse im Projekt werden kontinuierlich mit dem Dozenten und Kunden diskutiert sowie am Ende mündlich und als Bericht schriftlich präsentiert.		
Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können eine komplexe Problemstellung aus der Marketing- und / oder Vertriebspraxis analysieren. Sie können unter Berücksichtigung aller relevanten unternehmensinternen und -externen Einflussfaktoren eine methodisch fundierte Vorgehensweise zur Problemlösung definieren. Sie können ein Beratungsprojekt im Bereich Marketing/ Vertrieb unter Berücksichtigung notwendiger Kommunikation mit dem Kunden durchführen und zum Abschluss bringen.		
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden können das notwendige Marketing- und/oder Vertriebswissen unter Anleitung identifizieren, sich erschließen und auf die Problemstellung des Projekts anwenden. Sie erweitern ihre Kenntnisse und Fähigkeiten im Projektmanagement, insbesondere den Umgang mit kritischen Situationen. Sie kennen die Besonderheiten der Marketing- und/oder Vertriebsberatung und können diese in Projekten berücksichtigen.		
Literatur		
Grundlagenwerk: Hummels (2021): Marketingberatung - Allgemeingut oder Spezialdisziplin? In: Deelmann (Hrsg.): Handbuch der Unternehmensberatung. Im Druck. Je nach Themenbereich aktuelle deutsch- und englischsprachige Fachliteratur. Basisliteratur umfasst z.B. Homburg: Marketingmanagement, Springer Gabler, aktuelle Auflage. Kotler et al. (2017 bzw. 2021): Marketing 4.0 bzw. Marketing 5.0. Campus.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	Marketingberatung	4

Modulbezeichnung	Masterthesis	
Modulbezeichnung (eng.)	Masterthesis	
Semester (Häufigkeit)	4 (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	30 (1 Semester)	
Art	Pflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	900 h Kontaktzeit + h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Module Semester 1-3	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM, MMC	
Prüfungsform und -dauer	Abschlussarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	keine	
Modulverantwortliche(r)	Gündling	
Qualifikationsziele		
<p>Das Verfassen der Masterthesis versetzt die Studierenden in die Lage, selbstständig eine komplexe Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu analysieren, einen theoretischen Bezugsrahmen zu entwickeln und aufbauend hierauf eine geeignete Problemlösung zu erarbeiten. Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können ganzheitlich, interdisziplinär und vernetzt denken. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden anzuwenden und zu reflektieren. Sie sind befähigt, strategisch ausgerichtete Problemstellungen umfassend zu analysieren. Sie beherrschen die Entwicklung eines zur Problemstellung passenden konzeptionellen Bezugsrahmens. Sie können eine geeignete strategische Problemlösung erarbeiten und diese operativ ausgestalten. Sie sind befähigt, das Ergebnis inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit zu dokumentieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Sie kennen und verstehen den Managementprozess. Sie haben Kenntnis über ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie haben Verständnis über betriebswirtschaftliche, für die Arbeit relevante Methoden, Ansätze und Theorien erworben. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen, wie man einen theoretischen Bezugsrahmen wissenschaftlich korrekt auf eine praktische Problemstellung überträgt. Sie haben umfassende Kenntnisse, wie Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt werden.</p>		
Lehrinhalte		
<p>Inhaltlich umfasst das Modul die wissenschaftliche Übertragung der erworbenen Managementkompetenzen auf eine komplexe Problemstellung. Die gestellte Aufgabe ist zielorientiert zu bearbeiten und zu lösen. Das Ergebnis wird inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentiert. Ganzheitliches, vernetztes Denken spielt ebenso wie Selbst- und Zeitmanagement, Kommunikationsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen eine entscheidende Rolle.</p>		
Literatur		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling	Masterthesis	4

2.2 Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung	Change Management	
Modulbezeichnung (eng.)	Change Management	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	betriebswirtschaftlicher Bachelorabschluss	
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Präsentation und Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Planspiel	
Modulverantwortliche(r)	Passenheim	
Qualifikationsziele		
In dieser Lehrveranstaltung erarbeiten Sie sich Grundlagen des Change Managements, wie Sie es als Führungskraft oder als Experte innerhalb eines Unternehmens benötigen. Verschiedene Modelle und Methoden werden besprochen und anhand von Fallstudien und Übungen vertieft.		
Lehrinhalte		
Das Modul fokussiert auf die Rolle von Führungskräften und den Mitarbeitenden im Rahmen des Veränderungsprozesses, insbesondere bei den Auswirkungen von Megatrends. Das Modul ist in besonderer Weise auf die Belange des Mittelstandes zugeschnitten, da hier zum einen Führungsnachwuchs vergleichsweise häufig intern entwickelt wird, andererseits relativ wenig Expertise im Umgang mit Transformationen zur Verfügung steht. Deshalb werden verschiedene Formen der Transformation von Unternehmen vermittelt. Die Inhalte werden zu einem erheblichen Teil durch Aktivierende Lehr- Lernmethoden vermittelt. Daher ist regelmäßige aktive Teilnahme sinnvoll..		
Literatur		
Wippermann, Frank (2016 oder neueste Auflage). Change Management in komplexen Situationen. Werkzeuge - Organisation - Führung. Berlin		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Passenheim	Change Management	4

Modulbezeichnung	Controllingseminar	
Modulbezeichnung (eng.)	Seminar in Management Accounting	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	Kostenrechnung, Rechnungswesen, Grundlagen Controlling	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung mit Vorlesungsbestandteilen, Übungen und Referaten	
Modulverantwortliche(r)	Wilken	
<p>Qualifikationsziele In der Lehrveranstaltung werden insbesondere die im Controlling relevanten, wesentlichen Aufgabengebiete vertieft behandelt. Diese gliedern sich in: Planung, Analyse und Reporting. AbsolventInnen können in realen und komplexen Anwendungssituationen eigenständig Lösungen entwickeln, diese kritisch hinterfragen und beurteilen. Vorhandene Lösungen können sie einordnen und bewerten. Sie können Fallstudien und reale Unternehmenssituationen mit der vorherrschenden Theorie, die sich aus der aktuellen Literatur ergibt, vergleichen.</p>		
<p>Lehrinhalte Inhaltlich stehen die Kernfunktionen des Controllings im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung: Die Managementberatung, -unterstützung und -begrenzung durch Organisation und Koordination der Prozesse Planung, Kontrolle und Reporting. Hierzu erarbeiten die Studierenden selbständig für komplexe Fragestellungen Ausarbeitungen und Lösungen. Dabei wird auf die Verfahren und Instrumente des digitalen Controllings besonders Bezug genommen. Die Fragestellungen und deren Lösungen werden in der Lehrveranstaltung besprochen und erörtert. Vorlesungen, Übungen und kleinere Fallstudien stellen sicher, dass das grundlegende Verständnis dieser Themen bei allen Studierenden vorhanden ist.</p>		
<p>Literatur Die Literatur wird nach den behandelten Themenstellungen semesterbezogen bekannt gegeben.</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Wilken, Handzlik, Looock (LB)	Controllingseminar	4

Modulbezeichnung	Corporate Governance	
Modulbezeichnung (eng.)	Corporate Governance	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	MBM, MMC	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit und Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	W. Portisch	
<p>Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage Corporate-Governance-Strukturen zu beschreiben, zu analysieren und zu beurteilen. Können: Die Studierenden kennen die unterschiedlichen rechtsformabhängigen Governance-Strukturen. Sie können die Beurteilung von unterschiedlichen Kodizes und gesetzlichen Vorgaben vornehmen. Sie können mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie können die Corporate Governance in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Sie können die Unabhängigkeit und die Kompetenzanforderungen an Überwachungsorgane einschätzen. Sie können unterschiedliche Vergütungssysteme bewerten und kennen die rechtlichen Grundlagen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung von Unternehmen zum Nutzen aller relevanten Anspruchsgruppen. Sie wissen die konkrete Ausgestaltung des Aufsichts- beziehungsweise des Verwaltungsrats und der Unternehmensführung. Sie verstehen die Ausgestaltung einer internen Unternehmenskultur. Sie wissen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie kennen die Stakeholdergruppen und ihre Interessen und Ansprüche an Unternehmen.</p>		
<p>Lehrinhalte Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf der Steuerung der Leitungsstrukturen in Unternehmen. Es wird eine ganzheitliche Stakeholdersicht eingenommen. Das unternehmenseigene Corporate-Governance-System besteht aus der Gesamtheit relevanter Gesetze, Richtlinien, Kodizes, Absichtserklärungen, Unternehmensleitbild, und Gewohnheit der Unternehmensleitung und Unternehmensüberwachung. Dabei ist der Deutsche Corporate Governance Kodex mittlerweile ein wichtiges Regelwerk. Des Weiteren finden Elemente der Unternehmensethik, der Nachhaltigkeit, der Corporate Social Responsibility sowie der Unternehmenskultur Eingang in die Veranstaltung.</p>		
<p>Literatur Annoff: Handbuch Corporate Governance von Banken Bungartz: Handbuch Interne Kontrollsysteme Schiller: Deutscher Corporate Governance Kodex Welge/Eulerich: Corporate-Governance-Management</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Corporate Governance	4

Modulbezeichnung		Empirische Forschung und Statistik
Modulbezeichnung (eng.)	Empirical Research and Statistics	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit oder Klausur 2h	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung/Seminar	
Modulverantwortliche(r)	T. Becker	
<p>Qualifikationsziele Das Modul ermöglicht es den Studierenden, unterschiedliche Methoden der empirischen Forschung und Statistik kennenzulernen. Können (instrumentelle, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden sind in der Lage, statistische Methoden als Hilfsmittel bei Planungs- und Entscheidungsproblemen anzuwenden und den Entscheidungs-/ Forschungszusammenhang darzustellen. Sie können vorhandene interne und externe Datenquellen ermitteln sowie die Erhebung fehlender Daten vom Design über die Erhebung, Auswertung und Aufbereitung begleiten. Sie können Ergebnisse zielbezogen interpretieren und präsentieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden haben die Statistik als Entscheidungshilfe in der betrieblichen Praxis verstanden und die Fähigkeit erworben, den möglichen Einfluss des Datenentstehungsprozesses, der Datenquellen und der Datenpräsentation auf das Ergebnis zu erläutern.</p>		
<p>Lehrinhalte Das Ziel des Moduls ist es, anhand konkreter Werkzeuge und Aufgabenstellungen die relevanten Methoden zu erlernen, um diese in der Masterarbeit, in Forschungsarbeiten und im beruflichen Kontext anwenden zu können. Im Vordergrund steht dabei die Anwendung der Methoden in Verbindung mit einem Verständnis über die Voraussetzungen für deren Einsatz. Herleitung und Beweisführung theoretischer Grundlagen sind dabei nicht Gegenstand der Veranstaltung. Die behandelten Methoden sind eine Auswahl von: Erstellung und Auswertung von Befragungen, Regressionsanalyse, Clusteranalyse, Anomalien erkennen, Assoziations- und Conjointanalyse, Text Mining, Entscheidungsbäume, Netzwerkanalyse und aktuell relevante Verfahren. Alle ausgewählten Methoden werden mit Hilfe von Softwaretools angewandt. Dies sind entweder Standardtools wie Tabellenkalkulationsprogramme oder frei verfügbare Open-Source-Tools.</p>		
<p>Literatur Handl, Kühlenkasper: Einführung in die Statistik - Theorie und Praxis mit R, Springer Backhaus u.a.: Multivariate Analysemethoden, Springer</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Becker	Empirische Forschung und Statistik	4

Modulbezeichnung	Finanzmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Financial Management	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2,0 h oder Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	W. Portisch	
<p>Qualifikationsziele Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in die Lage Finanzierungen und das Finanzmanagement mittelständischer Unternehmen sowie den Prozess des Finanzierens aktiv zu gestalten und kritisch zu beurteilen. Können: Die Studierenden können die Bedeutung der Finanzierung bei einem Unternehmen erkennen. Sie können die Beurteilung von unterschiedlichen Finanzierungsformen vornehmen. Sie sind in der Lage den Finanzierungsprozess anhand kritischer Meilensteine zu überwachen. Sie können mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren. Sie können Finanzinstrumente in Bezug auf ihre Eignung in einem spezifischen Kontext kritisch beurteilen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen den Prozess der Finanzierung mit externer Unterstützung. Sie verstehen den Finanzierungsprozess in kleinen und mittleren Unternehmen ganzheitlich. Sie wissen den aktuellen Stand der Fachliteratur und Forschung. Sie verstehen wichtige Finanzinstrumente und Reportingtools der Unternehmensfinanzierung. Sie kennen die Stakeholdergruppen im Finanzierungsprozess bei Unternehmen.</p>		
<p>Lehrinhalte Die Veranstaltung Finanzmanagement wurde für den Master of Business Management in der Vertiefungsrichtung Finance & Accounting konzipiert. Schwerpunkt der Veranstaltung liegt auf der Steuerung des Finanzierungsbereichs in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Es wird eine ganzheitliche Stakeholdersicht eingenommen. Die Inhalte der Veranstaltung umfassen Themenbereiche wie das Risikomanagement und das Equity- und Debt-Management. Zudem wird auf die aktuellen Ereignisse der Finanzmarktkrise und deren Auswirkungen auf die Finanzierung von Unternehmen der Realwirtschaft eingegangen. Daher zählt auch das Cash Management zu den Inhalten der Lehrveranstaltung. Aufgrund des starken Hausbankprinzips werden neben finanziellen Prozessen in Unternehmen auch die Entscheidungsabläufe in Kreditinstituten untersucht.</p>		
<p>Literatur Portisch: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Finanzmanagement	4

Modulbezeichnung	Führungspersönlichkeit	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	90 h Kontaktzeit + 60 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit/Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenarbeiten, verhaltensorientierte Übungen, Rollenspiele	
Modulverantwortliche(r)	Pries	
Qualifikationsziele Ziel dieser Veranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, das Zusammenspiel zwischen Führung, Führungsstilen und Persönlichkeit zu verstehen. Insbesondere sollen sie erkennen, welcher Führungsstil zu ihrer Persönlichkeit passt. Dazu gehört auch die Vermittlung von Herangehensweisen zur Persönlichkeitsentwicklung.		
Lehrinhalte Dieses Modul soll den AbsolventInnen ein Verständnis (guter) Führung vermitteln und einen ersten Zugang zur Frage eröffnen, welcher Führungsstil zu Ihrer Person passt. Gemeinsam werden Ziele einer persönlichen Weiterentwicklung identifiziert und Methoden der kontinuierlichen Persönlichkeitsentwicklung diskutiert. Anhand von Beispielen (Führungspersönlichkeiten aus unterschiedlichen Organisationen) werden Führungskompetenzen diskutiert und in den Kontext der jeweiligen Organisationsform und Kultur gestellt. Abschließend wird kritisch reflektiert, inwieweit der persönlichkeitspsychologische Zugang zu Führungsthemen trägt.		
Literatur Faix, Kisgen, Schwinn & Windisch (2021). Führung, Persönlichkeit und Bildung. Mit Führungskraft die Zukunft erfolgreich und nachhaltig gestalten. Springer. Asendorpf & Neyer (2012) Psychologie der Persönlichkeit. Springer.		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Pries	Führungspersönlichkeit	4

Modulbezeichnung	Geschäftsprozessmanagement	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit, Präsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung am Rechner, Übung in Gruppenarbeit	
Modulverantwortliche(r)	Kircher	
Qualifikationsziele		
Die Studierenden sind in der Lage, operative und strategische Beratungsprojekte (BPREM-B) aus dem Feld der Geschäftsprozesse in Verbindung mit Qualitätsmanagement (BPREM-QS) effizient für über- und innerbetriebliche Unternehmensbereiche zu bearbeiten, um damit Change-Projekte für eine gezielte Entwicklung des Klienten bzw. des Unternehmens entsprechend einem idealen Unternehmensmodell zu leisten.		
Lehrinhalte		
Können (instrumentale, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden beherrschen die Grundsätze der Unternehmens-/Geschäftsprozessmodellierung und der Workflowgestaltung/-modellierung sowohl in ihrer funktionalen, datenorientierten, abteilungsbezogenen und produkt-bezogenen Sicht. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Schwerpunktbezogen sind sie in der Lage, Change-Prozesse in ein Meta-Modell zu fassen und dieses anlassbezogen über Analyse-, Optimierungs- oder Re-Engineering Schritte zu begleiten. Damit können die Herausforderungen aus Change-Prozessen möglichst effizient und vollständig begegnen. Für BPREM-QS kommen Methoden der Statistik und des Qualitätsmanagements als Anwendung in Frage		
Literatur		
Glasl, Kalcher, Piber (Hsg.), Professionelle P-Beratung, 2. überarbeitete Auflage, Bern, Stuttgart, Wien 2008 August-Wilhelm Scheer, Wirtschaftsinformatik Studienausgabe: Referenzmodelle für industrielle Geschäftsprozesse, Saarbrücken, 2013, Qualitätsmanagement : Kompaktes Wissen, Konkrete Umsetzung, Praktische Arbeitshilfen / Georg Emil Weidner. - 2. überarbeitete Auflage. [Online-Ausg.]. - München : Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2017		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Kircher	Geschäftsprozessmanagement	4

Modulbezeichnung	Informationsmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Forschendes Lernen	
Modulverantwortliche(r)	Schön	
<p>Qualifikationsziele Studierende können Daten, Informationen und Wissen klassifizieren, sowie die unterschiedlichen Aufgaben des Informationsmanagements beschreiben. Ebenso sind sie in der Lage die Modelle des Informationsmanagements zu beurteilen. Im Praktischen Teil dieses Seminars lernen die Studierenden Daten mittels digitaler Technologien zu analysieren und Informationen aus Daten zu extrahieren und zu beurteilen. Dazu werden im angeleiteten Selbststudium Forschungsfragen und ein Forschungsprotokoll erarbeitet. Daraufhin wird eine eigene Studie durchgeführt und die Ergebnisse im Rahmen einer Hausarbeit präsentiert. Dieses Vorgehen vermittelt wissenschaftliche Kompetenzen die die Studierenden zukünftig für ihre Arbeit in der Wissenschaft und Praxis anwenden können.</p>		
<p>Lehrinhalte Das Informationsmanagement ist als Teilbereich der Unternehmensführung verantwortlich für die Organisation von Daten, Informationen und die Kommunikation durch den effizienten Einsatz digitaler Technologien. Das Seminar vermittelt Ansätze und Kompetenzen, um eine digitale Transformation zu realisieren. Dabei werden nicht nur Prozesse berücksichtigt, sondern auch die Produkte und Services des Unternehmens sowie deren Geschäftsmodell. Zudem wird beleuchtet, wie sich das Aufgabenfeld und das Anforderungsprofil von Führungskräften in einer immer komplexer werdenden Arbeitswelt ändert. Im Speziellen wird hierzu die Rolle des Chief Information Officers (CIO) betrachtet. Im Praktischen Teil dieses Seminars erarbeiten sich die Studierenden Inhalte im angeleiteten Selbststudium mittels eigenen, kleinen Forschungsprojekten (Forschendes Lernen).</p>		
<p>Literatur Schuh, G.; Zeller, V.; Stich, V. (2022): Digitalisierungs- und Informationsmanagement Krcmar, H. (2015): Informationsmanagement, Springer Gabler Berlin, Heidelberg</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Schön	Information Management	4

Modulbezeichnung	Interdisziplinäres Rechnungswesenseminar	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Kombination H/P	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Henkel	
<p>Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden verbessern die Fähigkeit, gesamtunternehmerische Zusammenhänge und komplexe Problemstellungen mittels wissenschaftlichen Methoden selbständig zu analysieren. Wissen und Verstehen: Das Ziel des Rechnungswesens ist die quantitative Abbildung des gesamten Unternehmensgeschehens. Insofern zeigt das Rechnungswesen vielfältige Beziehungen zu anderen Teilbereichen der Betriebswirtschaftslehre. Insbesondere werden die Zusammenhänge innerhalb des Finance-Bereichs weiter vertieft, indem den Aspekten der Internationalisierung und der Kapitalmarktorientierung im Sinne eines modernen externen Rechnungswesens ein besonders großer Stellenwert eingeräumt wird. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, eine komplexe, interdisziplinäre Fallstudie aus dem Bereich des Rechnungswesens selbständig zu bearbeiten.</p>		
<p>Lehrinhalte Zunächst werden die Grundlagen des Bilanziellen Rechnungswesens wiederholt und vertieft; insbesondere: Handelsrechtlicher Jahresabschluss (HGB), Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS), Konzernrechnungslegung, Bilanzierung von Finanzinstrumenten und Bilanzanalyse. Anschließend wird in Kleingruppen die Durchführung eines Finance-Projekts für einen Kunden anhand einer Fallstudie simuliert. Thematisch werden Aspekte aus dem Grenzgebiet zwischen Bilanzierung, Unternehmensberatung, Risikomanagement, Finanzierung und Kapitalmarkt im Mittelpunkt der Fallstudie stehen. Jede der Gruppen repräsentiert dabei ein eigenes Projektteam, welches sich durch ein überzeugendes Fachkonzept und erfolgreiche Zwischen- und Endpräsentation beim Kunden gegen die anderen Teams versucht durchzusetzen.</p>		
<p>Literatur Hauptliteratur: Siehe hierzu die Literaturbeschreibungen folgender Module des Bilanziellen Rechnungswesens des Bachelorstudienganges Betriebswirtschaftslehre: Bilanzielles Rechnungswesen, Handelsrechtlicher Jahresabschluss (HGB), Internationale Rechnungslegung (IAS/IFRS), Konzernrechnungslegung, Bilanzierung von Finanzinstrumenten, Bilanzanalyse und Sonderprobleme des Rechnungs- und Prüfungswesens.</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Henkel	Interdisziplinäres Rechnungswesenseminar	4

Modulbezeichnung	International strategic Leadership	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Basic issues of organizational behavior is useful, but not required	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Projektbericht, Abschlusspräsentation	
Lehr- und Lernmethoden	Presentation	
Modulverantwortliche(r)	Alvares-Wegner	
Qualifikationsziele		
Leaders in business and non-profit organizations increasingly work across national borders and in multicultural environments: with customers or suppliers abroad, or be part of a globally dispersed cross-functional team, or an expatriate manager on an international assignment. The different contexts need an effective leader who understands well and is able to manage individual and collective behaviors in an intercultural context		
Lehrinhalte		
Students will identify concrete steps to enhancing intercultural leadership competence, and to be cognizant of common leadership challenges. develop leadership skills and to reflect on behavioral tendencies by learning about organizational behavior. learn about the decision-making processes in organizations. evaluate how successfully leverage and integrate diverse skills and views in a team. analyse the preference of professional relationships with a close-knit group of trusted colleagues, or with a far-flung network of acquaintances from all walks of life.		
Literatur		
Tba Case Studies		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Alvares-Wegner	Organisational Behaviour und International Leadership	4

Modulbezeichnung		Logistik / Supply Chain Management
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Klausur 2 h oder Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Seminar	
Modulverantwortliche(r)	D. Schleuter	
Qualifikationsziele		
Das Modul Logistik- und Supply-Chain-Management soll die Studierenden in die Lage versetzen, die Logistik-Management-Bausteine auf der den Unternehmen und Produktionsstandorten übergeordneten Ebenen zu analysieren, zu strukturieren und zu konzipieren. Dabei sollen die Studierenden die Effizienz der logistischen Wertschöpfungskette als Wettbewerbsfaktor kennen lernen und optimal gestalten können. Im Einzelnen ist dies Wissen über die Rolle und die Aktivitäten des Supply-Chain- und Logistik-Management als einer der Schlüsselemente für das erfolgreiche Management von Unternehmen; Verständnis der Wichtigkeit von Kundengedanken in der gesamten Kette; Verständnis ganzer Wertschöpfungs-Netzwerke, ihrer Planung und Steuerungstechniken; Verständnis der Vielzahl von Instrumenten zur Analyse und Problemlösung in Logistikketten		
Lehrinhalte		
Organisatorische und strategische Aufgabenstellung im Betrieb; Organisatorische Stellung der Logistik im Unternehmen, Alternativen der Stukturorganisation; Sourcing-/Beschaffungs-Strategien, Supply Chain Organisationen und Kontrolle, Supply Chain Operations Reference Model (SCOR); Lager- und Bevorratungsstrategien, Distributionsstrategien, Supply-Chain-Strategien; @-Logistics- und Outsourcingstrategien, Internationale Problemstellungen		
Literatur		
Kopfer, H., Logistik-Management, aktuelle Auflage Binner, H.F., Unternehmensübergreifendes Logistikmanagement, aktuelle Auflage		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
D. Schleuter	Logistik / Supply Chain Management	4

Modulbezeichnung	MBM Seminarprojekt	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Projekt	
Lehr- und Lernmethoden	Projekt	
Modulverantwortliche(r)	Gündling	
Qualifikationsziele		
Das Modul Beratungsprojekt versetzt die Studierenden in die Lage, konkrete praktische Beratungsprojekte zu analysieren, zu planen und die erlernten unterschiedlichen Beratungstechniken, -methoden und -modelle sinnvoll und effizient einzusetzen.		
Lehrinhalte		
Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können die Ausgangssituation in konkreten Beratungsprojekten umfassend analysieren. Sie beherrschen die Entwicklung und Bewertung von Alternativen in der Vorgehensweise/Strategie. Sie können Beratungstechniken und -modelle zielgerichtet auswählen und konzeptionell skizzieren. Sie sind in der Lage, Primärerhebungen im Projekt durchzuführen, auszuwerten und daraus abgeleitet geeignete Maßnahmen zu erarbeiten. Sie sind befähigt, die Ergebnisse sachgerecht zu kommunizieren und mit Fachvertretern zu diskutieren.		
Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen die standardisierten und bewährten Vorgehensmodelle in Beratungsprojekten. Sie wissen um ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie beherrschen unterschiedliche Beratungstechniken und -modelle. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie sind befähigt, Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium zu präsentieren und fachlich zu verteidigen. Sie wissen um den rechtlichen und den wirtschaftlichen Hintergrund bei der Begleitung von Sanierungen und Insolvenzen.		
Literatur		
Krause, D./ Eyerer, P. (Hrsg) TheoPrax - Projektarbeit mit Ernstcharakter, Karlsruhe		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Gündling	Beratungsprojekt	4

Modulbezeichnung	Management Control Systems	
Modulbezeichnung (eng.)	Management Control Systems	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	C. Wilken	
<p>Qualifikationsziele Um als Controller/in das Management bei seinen Führungsaufgaben wirkungsvoll unterstützen zu können, müssen Studierende nicht nur die grundlegenden Controlling-Instrumente beherrschen, sondern auch verstehen, wie diese im Unternehmen wirken. Daher sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, betriebliche Steuerungssysteme zu entwickeln und zu optimieren sowie die Auswirkung der Systemgestaltung auf Entscheidungs- und Steuerungsprozesse beurteilen zu können. Die Lehrveranstaltung wird in englisch gehalten. Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kosteninformationen für Entscheidungs- und Steuerungszwecke erstellen und interpretieren • Steuerungssysteme für Unternehmen analysieren und weiterentwickeln • Kostenanalysen für verschiedene Anwendungsfälle erstellen und interpretieren • Budgets erstellen und ihre Steuerungs- und Verhaltenwirkungen innerhalb der Organisation erkennen und einsetzen. • Ihr Verhalten als Controller/in unter ethischen Gesichtspunkten reflektieren. <p>Sie können komplexe Situationen analysieren, beurteilen und kritisch reflektieren. Sie können zudem für solche Situationen Lösungswege selbständig entwickeln und präsentieren. Die Studierenden kennen die grundlegenden Instrumente des Managerial Accounting. Sie verstehen, wie diese Instrumente im Unternehmen für Entscheidungsprozesse und Steuerungsprozesse verwendet werden.</p>		
<p>Lehrinhalte Nature of Costs; Capital Budgeting, Organizational Architecture, Responsibility Centers and Performance Evaluation, Budgeting, Cost Allocation, Systems of Cost Accounting (Absorption Costing, Variable Costing, Standard Costing) and their behavioural impact, Variance Analysis</p>		
<p>Literatur Zimmerman, J.: Accounting for Decision Making and Control</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Wilken	Management Control Systems	4

Modulbezeichnung	Marketingmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	Keine	
Empf. Voraussetzungen	Marketing Grundlagen	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	K1 und Referat	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	U. Gündling	
<p>Qualifikationsziele Das Modul Marketingmanagement versetzt die Studierenden in die Lage, strategische Problemstellungen im Unternehmen zu analysieren, Abhängigkeiten und Interdependenzen aufzudecken und darauf aufbauend Managementkonzepte und Strategien zu entwickeln und zu bewerten. Können (instrumentelle, systemische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung). Die Studierenden erwerben umfangreiche Managementkompetenzen. Sie sind in der Lage strategisch ausgerichtete Problemstellungen umfassend zu analysieren. Sie sind befähigt, Strategiealternativen zu entwickeln, zu bewerten und zu implementieren. Sie beherrschen die Instrumente des strategischen Controllings und sind in der Lage diese zu implementieren. Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Sie kennen und verstehen den Managementprozess. Sie beherrschen ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie haben Kenntnis über den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt.</p>		
<p>Lehrinhalte Inhaltlich umfasst das Modul Marketingmanagement die strategische Analyse, die Abgrenzung der Strategischen Geschäftsfelder, die Entwicklung von Strategiealternativen sowie die Strategieimplementierung und -kontrolle. Im Rahmen konkreter Fallstudien wird die Analyse und Entwicklung von Strategien mithilfe verschiedener Instrumente, wie z. B. der Portfolio-Analyse oder dem Prozessmanagement, durchgeführt. Hieran schließt sich die Umsetzung der Strategien in Form marktgerichteter strategiekonformer Maßnahmenbündel an. Der Prozess der strategischen Marketingplanung und -umsetzung schließt mit dem Marketingcontrolling ab.</p>		
<p>Literatur Backhaus, K.; Schneider, H.: Strategisches Marketing, Becker, J.: Marketing Strategien, Gündling, U.: Strategische Analyse und Handlungsempfehlungen für den Online-Handel der camel activefashionworld, in: Pepels, W. (Hrsg.),: Fallstudien zum Marketing, S. 429 - 450</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Marketingmanagement	4

Modulbezeichnung	Methodenkompetenz	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	F. Dorozalla	
<p>Qualifikationsziele Die Studierenden können wissenschaftliche Definitionen verfassen und Hypothesen herleiten. Sie können Literaturtabellen erstellen, um darauf basierend einen Überblick über eine Forschungsrichtung zu generieren. Sie können Software zur Literaturverwaltung anwenden. Die Studierenden sind in der Lage, englische Fallstudien zu lesen und dabei die wesentlichen Informationen herauszuarbeiten. Sie können Fallstudien nach einem standardisierten System zusammenfassen und erklären. Sie können Lösungsvorschläge mittels gängiger Folienformate erstellen. Sie können anwendungsorientierte Lösungen für konkrete Herausforderungen der Unternehmenspraxis erstellen.</p>		
<p>Lehrinhalte Das Modul gliedert sich in zwei Bereiche: Zum einen werden Basistechniken für die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten aufgezeigt (Fokus auf Definitionen und Literaturüberblick). Zum anderen werden Techniken für die Unternehmenspraxis vertieft, nämlich die Frage nach konkreten Ansätzen zur Lösung praxisrelevanter Herausforderungen.</p>		
<p>Literatur Kornmeier: Wissenschaftliches Arbeiten leicht gemacht, Stuttgart, aktuelle Auflage. Hartenstein/Billing/Grein/Schawel (2009): Die Consultingpraxis: Fallstudien mit Lösungen für den Einstieg in die Beratungsbranche, Wiesbaden, 1. Auflage. Hartenstein/Billing/Grein/Schawel (2016): Der Weg in die Unternehmensberatung: Consulting Case Studies erfolgreich bearbeiten, Wiesbaden, 16. Auflage.</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
F. Dorozalla	Methodenkompetenz	4

Modulbezeichnung	Selbstmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Kombination	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung	
Modulverantwortliche(r)	Dorozalla	
<p>Qualifikationsziele Die Studierenden sind in der Lage, ihre eigene Persönlichkeit besser einzuschätzen und darauf aufbauend, die richtigen Instrumente für die effiziente Abarbeitung von Aufgaben auszuwählen. Können: Sie können unterschiedliche Instrumente zur zeitlichen und organisatorischen Strukturierung ihres (Arbeits-) Alltags anwenden. Die Studierenden erweitern ihren Blickwinkel um Work-Life-Balance und persönliche Präferenzen. Sie können Aufgaben entsprechend nach Dringlichkeit/Wichtigkeit priorisieren. Die Studierenden können Texte unterschiedlicher Art schnell erfassen. Wissen: Die Studierenden kennen die gängigen Zeitmanagementtechniken. Sie verfügen über ein breites Portfolio von Instrumenten zum Selbstmanagement. Sie kennen die mit Selbstoptimierung einhergehenden Risiken. Sie kennen den Stand der Fachliteratur und gängige Best-Practice-Beispiele.</p>		
<p>Lehrinhalte Das Modul deckt Techniken und Instrumente des Selbstmanagements ab. Dazu gehören Aspekte des Zeitmanagements und der Organisation, aber auch Aspekte wie Wichtigkeit/Dringlichkeit. Eine Selbstreflexion dient dazu, die für jeden Studierenden optimal passenden Instrumente auszuwählen und anzuwenden.</p>		
<p>Literatur Allen, David: Wie ich die Dinge geregelt kriege, Piper, Storch, Maja: Selbstmanagement - ressourcenorientiert: Theoretische Grundlagen und Trainingsmanual, Huber Ferris, Timothy: Die 4-Stunden-Woche: Mehr Zeit, mehr Geld, mehr Leben, Ullstein</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dorozalla	Selbstmanagement	4

Modulbezeichnung	Seminarprojekt MBM	
Semester (Häufigkeit)	WPM (nach Bedarf)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflicht	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Projektarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit integrierter Projektarbeit	
Modulverantwortliche(r)	U. Gündling	
Qualifikationsziele		
Das Modul Seminarprojekt versetzt die Studierenden in die Lage, konkrete praktische Projekte zu analysieren, zu planen und die parallel erlernten Managementmethoden und -tools sinnvoll und effizient einzusetzen.		
Lehrinhalte		
Können (instrumentale, systematische, kommunikative Kompetenz - Wissenserschließung): Die Studierenden können die Ausgangssituation in konkreten Projekten umfassend analysieren. Sie beherrschen die Entwicklung und Bewertung von Alternativen in der Vorgehensweise/Strategie. Sie können Managementtechniken und -modelle zielgerichtet auswählen und konzeptionell skizzieren. Sie sind in der Lage, Primärerhebungen im Projekt durchzuführen, auszuwerten und daraus abgeleitet geeignete Strategien, Zielgruppen und Maßnahmen zu erarbeiten. Sie sind befähigt, geeignete Projektmanagement-, Projektsteuerungs- sowie Collaboration-Tools auszuwählen und einzusetzen. Sie können die Ergebnisse sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretern diskutieren.		
Wissen und Verstehen (Wissenverarbeitung und Wissensvertiefung - Fachkompetenz): Die Studierenden kennen die standardisierten und innovativen/agilen Managementmethoden in unterschiedlichen Projekten. Sie wissen um ein umfangreiches analytisches, strategisches und operatives Instrumentarium. Sie beherrschen unterschiedliche Managementtechniken und -modelle. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie sind befähigt, Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium zu präsentieren und fachlich zu verteidigen.		
Literatur		
Krause, D./ Eyerer, P. (Hrsg) TheoPrax - Projektarbeit mit Ernstcharakter, Karlsruhe		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Seminarprojekt	4

Modulbezeichnung	Tax Management	
Modulbezeichnung (eng.)		
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Sommersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Klausur K2	
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung mit Übung	
Modulverantwortliche(r)	T. Lenz	
<p>Qualifikationsziele Kompetenzziele: Können: Die Studierenden können die Wirkungen von Steuern auf betriebswirtschaftliche Entscheidungen beurteilen. Sie können die Besteuerungsunterschiede und Steuerbelastungen verschiedener Rechtsformen erläutern bzw. ermitteln. Sie können Steuerwirkungen in anerkannten betriebswirtschaftlichen Entscheidungsmodellen (insbesondere Kapitalwert- und Endvermögenswertmethode) berücksichtigen. Sie können Fragestellungen zur Steuerwirkung und Steuergestaltung von gehobenem Schwierigkeitsgrad selbstständig strukturieren und lösen. Sie können sich selbstständig neues Wissen über Steuersysteme und Steuerwirkungen aneignen. Wissen und Verstehen: Die Studierenden kennen die Unterschiede in der periodischen und aperiodischen Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften nach dem deutschen Ertragsteuerrecht. Sie kennen die Einflussgrößen zur steuerlichen Standortwahl. Sie verstehen, wie sich die Besteuerung auf die Einflussgrößen der Kapitalwert- und Endwertmethode auswirken. Sie kennen die Steuerwirkungen auf die Finanzierung einer Unternehmung. Sie verstehen wie sich die Besteuerung auf weitere Unternehmensfunktionen (Absatz, Personal etc.) auswirkt. Übergeordnetes Lernziel: Die Studierenden verfügen über vertiefte Kenntnisse des Steuersystems und der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre. Sie haben vertiefte Kenntnisse über Techniken und Vorteilhaftigkeitskriterien der einzelwirtschaftlichen Besteuerung und Steuerplanung und den daraus resultierenden Steuerwirkungen.</p>		
<p>Lehrinhalte Die Veranstaltung beschäftigt sich im ersten Teil mit der Rechtsformwahl als Teil der Finanzierungsentcheidung und den damit verbundenen (ertrag-) steuerlichen Konsequenzen. Ausgehend von den Unterschieden in der periodischen und aperiodischen Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften wird anhand einer Fallstudie die Steuerbelastung verschiedener Rechtsformen ermittelt und analysiert. Im zweiten Teil geht die Veranstaltung auf die Erweiterung des Kapitalwert- und Endwertmodells um steuerliche Einflüsse ein. Schließlich werden die Wirkungen der Besteuerung auf weitere Unternehmensentscheidungen (bspw. Finanzierung) untersucht.</p>		
<p>Literatur Breithecker, Volker, Einführung in die Betriebswirtschaftliche Steuerlehre, jeweils aktuellste Auflage, Berlin. König, Rolf/Maßbaum, Alexandra/Sureth-Sloane, Caren, Besteuerung und Rechtsformwahl, jeweils aktuellste Auflage, Herne/Berlin. Schreiber, Ulrich, Besteuerung der Unternehmen, jeweils aktuellste Auflage, Wiesbaden. Scholes/Wolfson/Erickson/Hanlon/Maydew/Shevlin, Taxes & Business Strategy, jeweils aktuellste Auflage.</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Lenz	Tax Management	4

Modulbezeichnung	Unternehmensethik	
Modulbezeichnung (eng.)	Business Ethics	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	betriebswirtschaftlicher Bachelorabschluss	
Empf. Voraussetzungen	Anwesenheitspflicht	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Portfolio	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Planspiel	
Modulverantwortliche(r)	Nolte	
Qualifikationsziele		
Das Modul "Unternehmensethik" versetzt die Studierenden in die Lage, ethische Implikationen von Entscheidungen zu erkennen, zu bewerten und entsprechend zu handeln. Hierfür erwerben Sie Kenntnisse über konzeptionelle Grundlagen der Unternehmensethik und entsprechende analytische Methoden.		
Lehrinhalte		
<p>Grundlegende Konzepte von Unternehmensethik werden vermittelt. Ethische Implikationen von Entscheidungen auf der Ebene des normativen, strategischen und operativen Managements werden betrachtet. Ein besonderes Augenmerk liegt auf möglichen Konflikten zwischen den Interessen unterschiedlicher Stakeholder. Praktische Konflikte zwischen ethischen Überlegungen und kurzfristiger Gewinnmaximierung werden anhand praktischer Fälle und insbesondere einem Planspiel erarbeitet.</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung erarbeiten Sie sich Grundlagen der Unternehmensethik, wie Sie es als Führungskraft eines Unternehmens benötigen. Dies schließt Aspekte der Nachhaltigkeit ein. Sie erwerben einen Blick für potentielle ethische Probleme bei alltäglichen Managementaufgaben und lernen, sich Handlungsalternativen zu erschließen. Ein besonderes Augenmerk gilt internationalen Fragen, wie sie auch KMUs tagtäglich im Rahmen internationaler Lieferbeziehungen erleben.</p> <p>Anwesenheitspflicht: Die Inhalte werden zu einem erheblichen Teil durch Aktivierende Lehr- Lernmethoden und insbesondere Methodiken des erfahrungsbasierten Lernens vermittelt. Daher ist regelmäßige aktive Teilnahme erforderlich. Eine Anwesenheit von mindestens 80% ist Voraussetzung, um in dieser Lehrveranstaltung ECTS zu erwerben. Ist das Fehlen nachweisbar durch Krankheit verursacht, wird eine Ersatzleistung angeboten. Hochschulweite Regelungen bleiben unberührt. Genauere Hinweise zu allen Regelungen dieser Veranstaltung, zu den Inhalten und zu Literatur werden im Syllabus vor Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.</p>		
Literatur		
<p>Lernmaterialien werden auf einer Online-Plattform zur Verfügung gestellt.</p> <p>Göbel, Elisabeth 2017. Unternehmensethik. 5. Aufl. Stuttgart (oder neuere Auflage), Hentze, Joachim & Thies, Jörn 2012. Unternehmensethik & Nachhaltigkeitsmanagement. Stuttgart (oder neuere Auflage)</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Grautmann	Unternehmensethik	4

Modulbezeichnung	Unternehmensplanspiel	
Modulbezeichnung (eng.)	Business Game	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)		
Empf. Voraussetzungen		
Verwendbarkeit	MBM, MMC	
Prüfungsform und -dauer	Klausur und Hausarbeit	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	C. Wilken	
<p>Qualifikationsziele Die Teilnehmer können die grundlegenden Instrumente des Strategischen Marketing, des Strategischen Kostenmanagement und der kennzahlengestützten Unternehmensführung analysieren, auf ihre Eignung in konkreten Problemsituationen beurteilen und zur Lösung der Problemsituationen heranziehen. Sie entwickeln Ziele, Strategien und operative Planungen. Sie entscheiden in realen Problemsituationen durch Anwendung von Entscheidungsrechnungen und können diese analysieren und bewerten. Im Rahmen des Unternehmensplanspiels "Topsim - Going Global" werden die Studierenden in die Lage von Vorstandsmitgliedern versetzt, die in einem dynamischen Marktumfeld komplexe Entscheidungen zu weitgehend sämtlichen betrieblichen Handlungsfeldern treffen müssen. Dabei werden ausgewählte betriebswirtschaftliche Themen inhaltlich vertieft (Strategisches Marketing, Einsatz des Marketing-Mix, Kosten- und Erfolgsrechnung, Wirtschaftlichkeitsrechnungen / Investition, Wertorientiertes Management, Unternehmensplanung). Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Anwendung von Kenntnissen und Methoden sowie in der Vermittlung von Kompetenzen, die dazu befähigen, in einem Team unter hohem Zeitdruck zu rationalen Entscheidungen zu gelangen. Die Studierenden kennen die Grundlagen der strategischen Unternehmensführung. Sie können Planungs- und Managementprozesse in Organisationen organisieren und durchführen. Sie können Pläne und Budgets erstellen, Balanced Scorecards entwickeln, Kosten- und Ergebnisanalysen durchführen und interpretieren, Strategien entwerfen und verfolgen sowie Aufsichtsratssitzungen und Geschäftsberichte vorbereiten und verfassen.</p>		
<p>Lehrinhalte Strategische Planung und strategisches Management, Strategische Analyse, Strategische Budgetierung, Strategiearten, Strategiebewertung, strategische Ziele und wertorientiertes Management, Balanced Scorecards, strategische Kontrolle und strategisches Berichtswesen.</p>		
<p>Literatur Müller-Stewens/Lechner: Strategisches Management Dillerup / Stoi: Unternehmensführung Deimel / Heupel / Wiltinger: Controlling</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Wilken	Unternehmensplanspiel	4

Modulbezeichnung	Vertriebsmanagement	
Modulbezeichnung (eng.)	Sales Management	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Management betrieblicher Funktionen	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	keine	
Empf. Voraussetzungen	keine	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Präsentation und Klausur 1h	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Hummels	
<p>Qualifikationsziele Können: Die Studierenden erschließen sich ihr Wissen unter Abwägung relevanter Schwerpunkte und zu berücksichtigender aktueller Entwicklungen eigenständig, vertreten dabei ihre Arbeitsergebnisse und führen vertiefte bereichsspezifische und übergreifende Diskussionen. Dazu erwerben sie spezialisierte fachliche und konzeptionelle Fertigkeiten zur Problemlösung in Vertriebsorganisationen, auch in unvollständig beschriebenen und instabilen Situationen. Sie können die fachliche Entwicklung von Außendienstmitarbeitern in ihrem Verantwortungsbereich fördern. Wissen: Die Studierenden verfügen über umfassendes und detailliertes Wissen nach neuestem Erkenntnisstand im Bereich des Vertriebsmanagements.</p>		
<p>Lehrinhalte Das Modul befasst sich mit dem Management von Außendienstorganisationen im Vertrieb, insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen. Dazu gehören die Vertriebsplanung und Strategieentwicklung, die Organisation von Vertriebseinheiten (Außendienststart- und -größe, Aufbauorganisation, Verkaufsgebietseinteilung, Besuchs- und Tourenplanung), mitarbeiterbezogene Themen wie Gewinnung, Schulung, Führung, Vergütungsmodelle und die Möglichkeiten der Steuerung und Kontrolle des Vertriebs durch Kennzahlen und Softwareunterstützung. Um allen TeilnehmerInnen Knowhow über die Arbeit des Außendienstes allgemein zu vermitteln, erfolgt zu Semesterbeginn eine dreiwöchige Einführung in die Grundlagen des Außendienstvertriebs und das strategische und operative Vorgehen. Die Erarbeitung der Inhalte erfolgt durch die Aufbereitung und Präsentation der einzelnen Themengebiete durch die Studierenden selbst und wird vom Dozenten um weitere theoretische Aspekte und praktische Anwendungen ergänzt.</p>		
<p>Literatur Albers, S./ Krafft, M.: Vertriebsmanagement. SpringerGabler, aktuelle Auflage. Wieseke, J.: Sales Profit Chain. Bochum Sales Publishing GmbH, aktuelle Auflage.</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Hummels	Vertriebsmanagement	4

Modulbezeichnung	Wissenschaftstheoretische Grundlagen	
Modulbezeichnung (eng.)	Philosophy of Science: Principles for Managers	
Semester (Häufigkeit)	WPM (jedes Wintersemester)	
ECTS-Punkte (Dauer)	5 (1 Semester)	
Art	Wahlpflichtmodul Managementtechniken	
Studentische Arbeitsbelastung	60 h Kontaktzeit + 90 h Selbststudium	
Voraussetzungen (laut MPO)	betriebswirtschaftlicher Bachelorabschluss	
Empf. Voraussetzungen	Anwesenheitspflicht	
Verwendbarkeit	MBM	
Prüfungsform und -dauer	Portfolio	
Lehr- und Lernmethoden	Seminar	
Modulverantwortliche(r)	Nolte	
<p>Qualifikationsziele An Managementbeispielen erwerben Studierende die Fähigkeit, wissenschaftliche Texte zu analysieren, zu bewerten und selbst zu konzipieren. Darüber hinaus erwerben Studierende die Fähigkeit, praktische Managementtätigkeiten hinsichtlich ihrer Wissenschaftlichkeit zu bewerten und eigene Managementpraxis nach den Kriterien der Wissenschaftlichkeit auszurichten. Als fachliche Basis hierfür werden die Studierenden mit den für die Managementlehre wichtigsten wissenschaftstheoretischen Ansätzen und ihren methodischen Implikationen vertraut.</p>		
<p>Lehrinhalte In dieser Lehrveranstaltung erarbeiten Sie sich Grundlagen der Wissenschaftstheorie, wie Sie es für das Erstellen von wissenschaftlich basierten Analysen - sei es im Rahmen einer Studienarbeit oder in einer beruflichen Tätigkeit - benötigen. Sie erwerben die Kompetenz, zuverlässige Quellen von weniger vertrauenswürdigen zu unterscheiden, was gerade in einer Zeit von "Alternativen Wahrheiten" oder "Fake News" besonders wichtig ist. Nach dieser Lehrveranstaltung sind Sie in der Lage, unterschiedliche Vorgehensweisen bei wissenschaftlich basierten Analysen zu bewerten und auszuwählen. Sie werden mit den wissenschaftstheoretischen Grundlagen von Forschungsdesigns vertraut. Sie erfahren Hintergründe für vertraute Regeln wissenschaftlichen Arbeitens (wie z.B. Zitierregeln) und erwerben dadurch die Kompetenz, mit diesen zukünftig souveräner umzugehen. Diese Lehrveranstaltung ist auch als Vorbereitung auf die Veranstaltung "Empirische Forschung und Statistik" konzipiert. Anwesenheitspflicht: Die Inhalte werden zu einem erheblichen Teil durch Aktivierende Lehr- Lernmethoden und insbesondere Methodiken des erfahrungsbasierten Lernens vermittelt. Daher ist regelmäßige aktive Teilnahme erforderlich. Eine Anwesenheit von mindestens 80% ist Voraussetzung, um in dieser Lehrveranstaltung ECTS zu erwerben. Ist das Fehlen nachweisbar durch Krankheit verursacht, wird eine Ersatzleistung angeboten. Hochschulweite Regelungen bleiben unberührt. Genauere Hinweise zu allen Regelungen dieser Veranstaltung, zu den Inhalten und zu Literatur werden im Syllabus vor Veranstaltungsbeginn bekannt gegeben.</p>		
<p>Literatur Lernmaterialien werden auf einer Online-Plattform zur Verfügung gestellt. Helfrich, H. 2016. Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler. Wiesbaden (oder neuere Auflage)</p>		
Lehrveranstaltungen		
Dozenten/-innen	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Rademacher	Wissenschaftstheoretische Grundlagen	4