

Modulhandbuch

„International Management (M.A.)“



Dokumentinformationen

Version	2.0
Erstellt am	30.03.2023
Erstellt von	Claudia Maier & Kathrin Müller, Fakultät für Betriebswirtschaft, claudia.maier@th-rosenheim.de ; kathrin.mueller@th-rosenheim.de
Zuletzt bearbeitet	08.05.2023
Gültig ab	1.10.2022
Verantwortliche Studiengangsleitung	Bettina Schiessler, bettina.schiessler@th-rosenheim.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1 Business Management.....	3
1.1 Sustainable Corporate Management	4
1.2 Management Simulation	5
2 International Business	8
2.1 International Strategic Management	9
2.2 Intercultural Management and Business Ethics	10
3 Data Driven Business Management & Controlling	13
3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration.....	14
3.2 Portfolio Management & Controlling	16
3.3 Process Mining	18
4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung	20
4.1 Internationales Steuerrecht.....	20
4.2 Wirtschaftsprüfung.....	22
5 Finance and Accounting	24
5.1 International Finance	25
5.2 International Accounting	26
6 European Economics and European Law.....	28
6.1 European Economics.....	28
6.2 European Law	31
7 Strategic Marketing Management.....	34
7.1 International Marketing Management.....	35
7.2 Strategic Marketing Projects	38
8 Change Management.....	41
8.1 Change Management	44
8.2 Change Management Case Studies	46
9 Supply Chain Management	49
9.1 Added Values and Sales Management.....	49
9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains	51
10 Innovation and Entrepreneurship.....	54
10.1 Innovation	54
10.2 Entrepreneurship	56
11 Mindful Leadership.....	59
11.1 Leadership.....	59
11.2 Mindful Business.....	62
Masterthesis.....	65

1 Business Management	
Modul-Nr./ Code	1
Modulbezeichnung	Business Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	1.1 Sustainable Corporate Management 1.2 Management Simulation
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bernhard Grupp Prof. Dr. Kathrin Rößle Prof. Dr. Valentin Schiefele
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 1.1: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit Lehrveranstaltung 1.2: Schriftliche Prüfung 90 – 120 min (80 %) und studienbegleitende Studienprüfungsarbeit (20 %)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule

1.1 Sustainable Corporate Management

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	1.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse hinsichtlich einer nachhaltigen Unternehmensführung. Neben den ESG-Kriterien liegt ein besonderer Fokus auf der finanziellen Nachhaltigkeit.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	- Die Studierenden werden befähigt, Methoden und Instrumente der nachhaltigen Unternehmensführung selbstständig und zielgerichtet anzuwenden. - Sie können routiniert mit moderner Software im Bereich der Strategie und Unternehmensführung umgehen (z.B. Think-Cell) und erlangen ein Verständnis für die end-to-end Steuerung eines Unternehmens sowie die Agilisierung von Unternehmen mit Hilfe von state-of-the-art Software (z.B. Jira / Confluence).
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Projekte im Team zu bearbeiten und ihre Ergebnisse prägnant, analytisch fundiert und zielgruppenspezifisch zu kommunizieren (sowohl mündlich als auch schriftlich).
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden werden befähigt, wissenschaftliche oder anwendungsorientierte komplexe Sachverhalte kritisch zu analysieren, analytisch fundiert und strukturiert zu bearbeiten und zu lösen. Sie schärfen ihr Verständnis für eine Fehlerkultur, sind in der Lage, gezieltes Feedback einzuholen und dieses in ihren Lernprozess zu integrieren.

Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Nachhaltige Unternehmensführung 2. End-to-end Unternehmenssteuerung 3. Konzepte und Methoden der Strategie und Unternehmensführung 4. Anwendung von state-of-the-art Software
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Fallstudien und Übungen am PC
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Exploring Strategy, Richard Whittington, Gerry Johnson, Patrick Regnér, 12 th edition, Pearson

1.2 Management Simulation

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	1.2
Modulbezeichnung	Management Simulation
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich (Winter)
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bernhard Grupp Prof. Dr. Valentin Schiefele
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90 – 120 min (80 %) und studienbegleitende Studienprüfungsarbeit (20 %)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

a) Fachkompetenz – Wissen:	• Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls die Problemstellungen der Internationalisierung von Unternehmen und können diese Problemstellungen in einem realitätsnahen Planspiel in ihrer Tiefe und Ausdifferenzierung auch erkennen. • Sie können die strategische Bedeutung der Internationalisierung für den Unternehmenserfolg einordnen und verfügen über Argumentationshilfen auch für komplexe Maßnahmen der Internationalisierung.
----------------------------	---

<i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	• Sie haben die Fähigkeit, Probleme der Internationalisierung zu analysieren, sowie Lösungen zur Internationalisierung zu entwickeln – und zwar im Rahmen eines Simulation Game mit konkurrierenden Unternehmen und Vorstandsteams. • Insbesondere sind die Studierenden fähig, unter Einbeziehung von Strategiewerkzeugen Unternehmen global zu optimieren und in ihrer Komplexität auf diese erweiterte Problemstellungen auszurichten. • Die Studierenden kennen hierzu Tools zur Entwicklung internationaler Strategien (PESTE-Analyse, SWOT-Analyse, Branchenstrukturanalyse) und sind in der Lage, damit konkrete Internationalisierungsprozesse vorzubereiten und zu gestalten. • Sie können im Kontext der Internationalisierung rational-verantwortlich Geschäftsziele und Strategien formulieren, zielentsprechende Entscheidungen generieren, Kausalbeziehungen zwischen Entscheidungen und deren Folgen herstellen sowie Kennzahlen entwickeln und analysieren.
<i>c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	• Die Studierenden verfügen über Erfahrungen in interdisziplinärem und vernetztem Denken in allen unternehmerischen Hauptaufgaben und können funktionsübergreifende Diskussionen führen. • Sie sind fähig, im Team zusammenzuarbeiten, erarbeitete Lösungen gegenüber den Teammitgliedern zu begründen und im Plenum gegen Kritik zu verteidigen. • Die Studierenden sind sich der Bedeutung emotional-entlastenden Verhaltens in Teamsituationen bewusst. • Sie sind in der Lage, unternehmerische Ziele als Gruppe zu formulieren und zu verfolgen, im Team zu kommunizieren (Zuhören, Toleranz, Aktivieren) sowie Ideen anderer weiterzuentwickeln.
<i>d) Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	• Die Studierenden sind in der Lage, sich über ihre Kommunikation auszutauschen (Metakommunikation), evaluieren eigene Fehlentscheidungen und korrigieren diese. • Die Studierenden können durch die Überprüfung ihrer periodischen Simulationsergebnisse ihren Lernprozess steuern.
Inhalte der Lehrveranstaltung	In dem betriebswirtschaftlichen Planspiel wird der Internationalisierungsprozess von Unternehmen im Wettbewerb realistisch modelliert. 1. Die Teilnehmer an dem Planspiel übernehmen die Führung eines Unternehmens und erleben hautnah typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung 2. Sie lernen, betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen und mit der Unsicherheit

	bei der Entscheidungsfindung, im Rahmen der Internationalisierungsstrategie umzugehen. 3. Sie treffen Entscheidungen im Team - oft unter Zeitdruck. Das Planspiel bietet ein hohes Maß an Lerntransfer durch erlebte Erfahrungen, welche die Teilnehmer in ihrer Unternehmenspraxis umsetzen können.
Lehr- und Lernmethoden	Unternehmensplanspiel: Die Teilnehmer bilden konkurrierende Vorstände eines Industrieunternehmens und planen im Team die Bereiche Marketing / Vertrieb, Einkauf Produktion, Personal sowie alle Bereiche des Controlling und der Finanzierung. Dies erfolgt über einen (simulierten) Zeitraum von 4 - 6 Jahren. Ausgehend von jährlichen konjunkturellen und politischen Szenarien entwickeln die Teams Strategien und konkrete Handlungsprogramme, die operativ auf konkrete Entscheidungen und Handlungen betrieblicher Funktionsbereiche heruntergebrochen und umgesetzt werden müssen. Lehreinheiten und ergänzende Gruppenprojekte zur PESTE und SWOT-Analyse und zum Marketing unterstützen die Teilnehmer bei der Entscheidungsfindung. Die Inhalte können unmittelbar in der Simulation Anwendung finden und deren Konsequenzen nachvollzogen werden. Umfangreiche betriebswirtschaftliche Auswertungen der jährlichen Ergebnisse komplettieren den engen Praxisbezug.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente des Learning Campus
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Teilnehmerhandbuch

2 International Business	
Modul-Nr./ Code	2
Modulbezeichnung	International Business
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	2.1 International Strategic Management 2.2 Intercultural Management and Business Ethics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich (ggf. geteilt WS und SS)
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul richtet sich auch an Studierende artverwandter Studiengänge bzw. Management in der Gesundheitswirtschaft oder Wirtschaftsinformatik soweit Sprachkompetenz im Rahmen eines Grundstudiums vermittelt werden soll.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Carolin Fleischmann
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Written exam for module 2.1; written exam and project work for module 2.2
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	a) Subject matter learning goals: After completing the module, students will be able to - thoroughly explain the complexities of multinational organizations. - plan and develop activities of multinational organizations. - assess frameworks and strategies of internationalization in selected companies.

	b) Social and methodological learning goals After completing this module, students will be able to • discover and reflect on cultural systems. • communicate effectively in an international business setting. • critically think about challenges in international business, and to develop and implement adequate strategies and actions.
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge, praxisrelevante Fragestellungen und Case Studies
Literatur	Siehe Teilmodule
2.1 International Strategic Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	2.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Sommersemester
Zugangsvoraussetzung	Bachelor-Abschluss
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Carolin Fleischmann, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Fachkompetenz – Wissen:	a) <i>Subject matter learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • analyze and assess the economic context of multinational organizations. • decide on strategies for multinational organizations. • use complex methods to manage the value chain.

	• assess strategic management tools for quality and cost, and use them critically. • choose and apply suitable methods and processes for each industry and task. <i>b) Social and methodological learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • recognize cultural behaviors in international business. • apply the basic rules of intercultural communication • transfer theories and frameworks to different business context and arrive at research-backed decisions.
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. International Management: Frameworks, Strategies, Challenges 2. Strategic Management: Internationalization and Globalization 3. Holistic process model of internationalization 4. Process design including technical, organizational, business, and legal aspects. 5. Methods and tools for optimizing the international value chain 6. International financial and currency management 7. Case studies in International Management
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Praxisprojekt, Exkursionen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Praxisprojekt
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<i>Textbooks:</i> • Hill, C., Hult, G. T. (2020): International Business. Competing in the Global Marketplace, 13e, McGrawHill. • PENG, M. (2014): Global Strategic Management, 3e, South-Western Cengage. • Cases and articles assigned in class

2.2 Intercultural Management and Business Ethics

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	2.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich

Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Carolin Fleischmann, M.A. Julia Drexler
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Projektstudienarbeit und Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Fachkompetenz – Wissen:	<i>a) Subject-matter learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • apply their knowledge about culture, communication, and management in multinational business settings. • understand diversity and its implications in multinational organizations. • create an inclusive organizational culture that integrates stakeholders from different backgrounds in a goal-oriented way • understand cultural characteristics and act accordingly in cross-cultural interaction • assess the ethical behavior of multinational organizations. • deal with the fundamentals and current questions and problems in the field of business ethics and explain and critically comment on them, taking into account the course content and the upcoming acute decisions <i>b) Social and methodological learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • think critically and analyze their behaviors. • communicate in an emotionally intelligent way • collaborate effectively in global virtual teams • become aware of their own values, reflect on them in the context of economic activity, derive actions from them and recognize and avoid misconduct control their learning process by reviewing and discussing the case studies.

Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Culture: terminology, definitions, elements 2. Language in multinational organizations 3. Global and virtual team collaboration 4. Cross-cultural comparative management: cultural dimension frameworks 5. Culture, identity, and power 6. Ethics and Business Ethics 7. Intercultural training 8. Case studies
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Training, Rollenspiele, Projektarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge, praxisrelevante Fragestellungen und Case Studies
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Meyer, E.: The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures, 2016. (2) • Mahadevan, J.: A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book About Cross-Cultural Management, 2017. • Cases and articles assigned in class

3 Data Driven Business Management & Controlling	
Modul-Nr./ Code	3
Modulbezeichnung	Data Driven Business Management & Controlling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration 3.2 Portfolio Management & Controlling 3.3 Process Mining
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Dieses Fach legt mit seiner grundlegend daten- orientierten Ausrichtung eine integrierende fachliche Klammer um alle Masterfächer. Damit sind die Inhalte dieses Fachs grundsätzlich für das gesamte Masterstudium relevant.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 3.1: Prüfungsstudienarbeit (40% der Leistungspunkte) Lehrveranstaltung 3.2: Schriftliche Prüfung und/oder Prüfungsstudienarbeit (40% der Leistungspunkte) Lehrveranstaltung 3.3: Schriftliche Prüfung von 90 – 120 Min. (20% der Leistungspunkte)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule

3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	120 h Gesamt-Workload, davon 48 h Präsenzzeit und 72 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	3
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit zur Überprüfung der Anwendungs- und Transferleistungen (insbesondere fallbezogen)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	40%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

a) Fachkompetenz – Wissen:	After completing the module ... • students will have gained a broad, extensive and specialized knowledge about digital goods and services and the corresponding business models. • students understand the profound differences between digital and „analog“ goods. As a consequence they are able to analyze and transform “analog” into digital business models. • students can reflect on and differentiate between different types of business models and their impact on businesses.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	After completing the module students will be able to... • analyze the concept of digital transformation and its impact on business models. • analyze innovative, digital business models in depth. • develop strategies for business model innovation. • develop an integrated (cross-company) view on digital business models.

c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	After completing the module students will be able to ... • develop concepts in teamwork, • discuss and argue those concepts in a team-based work environment • steer, manage and control learning assignments within their team
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	After completing the module ... • students are able to reflect on and manage their role within a team • students will have developed conceptual thinking which is linked with practical application.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Digital Transformation in SMEs encompassing (among others): 1. Specific characteristics of digital goods 2. Business model innovation 3. Business Modelling – state of the art 4. Plattform economics 5. Digital Pricing models 6. Open vs. Closed innovation
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style (Seminaristischer Unterricht), case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Guest lectures, conference visits and barcamps (if available)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Appelfeller, Wieland: Die digitale Transformation des Unternehmens, Berlin Heidelberg, 2018. • Bartl, Dietmut u.a.: Digital Innovation Playbook, Hamburg, 2016. • Brousseau, Eric/Pénard, Thierry: The Economics of Digital Business Models: A Framework for Analyzing the Economics of Platforms: Review of Network Economics 6 (2007), S. 81– 114. • Burkhart, Thomas u.a : Analyzing the Business Model Concept – A Comprehensive Classification of Literature. Proceedings of the Thirty Second International Conference on Information Systems, Shanghai, 2011. • Chesbrough, Henry W.: Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, 2007. • Clement, Reiner/Schreiber, Dirk: Internet-Ökonomie: Grundlagen und Fallbeispiele der vernetzten Wirtschaft, Heidelberg, 2016 • Frohmann, Frank: Digitales Pricing - Strategische

	Preisbildung in der digitalen Wirtschaft mit dem 3-Level- Modell, Wiesbaden, 2018 • Gassmann, Oliver / Frankenberger, Karolin / Csik, Michaela: Geschäftsmodelle entwickeln. 2. überarb. Aufl., München, 2017. • Hoffmeister, Christian: Digital Business Modelling: Digitale Geschäftsmodelle entwickeln und strategisch verankern, München, 2015. • Kim, Chan W./Mauborgne, Renée: Blue ocean strategy, expanded edition: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant, Harvard, 2015. • Kollmann, Tobias, E-Business, 7. Aufl., Wiesbaden, 2019 • Lee, S. u.a.: Open innovation in small and medium enterprises – An intermediated network model, Research Policy, 39/2 (2010), S. 290-300. • Osterwalder, Alexander/Pigneur, Yves: Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers, Frankfurt am Main, 2011. • Schallmo, Daniel / Rusnjak, Andreas / Anzengruber, Johanna: Digitale Transformation von Geschäftsmodellen, Wiesbaden, 2017 • Schallmo, Daniel R.A / Williams, Christopher A.: Digital transformation now! Guiding the successful digitalization of your business model. Cham, 2018. • Tesch, Jan F. (Hrsg.): Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Studies on the Aspects of Evaluation, Decision Making and Tooling, Cham, 2019. • Verma, Rajesh / Bashir, Makhmoor: Why Business Model Innovation is the New Competitive Advantage, The IUP Journal of Business Strategy, 14 (2017), S. 7-17.
--	--

3.2 Portfolio Management & Controlling

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4

Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	120 h Gesamt-Workload, davon 48 h Präsenzzeit und 72 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	3
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und/oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	40%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden erlangen vertiefte Kenntnisse hinsichtlich des Portfoliomanagements (z.B. datengetriebene Optimierung des Produktportfolios) und Controllings.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	- Ein besonderer Fokus liegt auf der strategischen Entscheidungsfindung durch Datenanalyse und Advanced Analytics. - Die Studierenden sind in der Lage, Methoden und Instrumente selbständig und zielgerichtet anzuwenden. - Sie werden befähigt, routiniert mit state-of-the-art Software im Bereich Portfoliomanagement & Controlling (z.B. Tableau) umzugehen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Themen im Team zu bearbeiten sowie Lösungsansätze prägnant, analytisch fundiert und zielgruppenspezifisch zu kommunizieren (sowohl mündlich als auch schriftlich).
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	- Die Studierenden werden befähigt, wissenschaftliche oder anwendungsorientierte komplexe Sachverhalte kritisch zu analysieren, analytisch fundiert und strukturiert zu bearbeiten und zu lösen. - Sie schärfen ihr Verständnis für eine Fehlerkultur, sind in der Lage, gezieltes Feedback einzuholen und dieses in ihren Lernprozess zu integrieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Controlling 2. Portfolio Management 3. Konzepte und Methoden der Datenanalytik 4. Anwendung von state-of-the-art Software
Lehr- und Lernmethoden	Übung am Rechner, seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praktisches Arbeiten (Übungen, Fallstudien) am Rechner

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Competing on analytics, Davenport / Harris, Harvard Business Press, 2017
3.3 Process Mining	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.3
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Heinrich Seidlmeier
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	60 h Gesamt-Workload, davon 24 h Präsenzzeit und 36 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung (90 – 120 Min.) zur Überprüfung der konzeptionellen Leistungen (insbesondere bei der Modellierung)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	20%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	- Die Studierenden erkennen und verstehen vertieft das Process Mining als wichtige Kompetenz zur Erreichung von Wettbewerbsvorteilen. - Das hierzu notwendige methodische Vorgehen, auf aktueller wissenschaftlicher Basis, ist ihnen klar.
b) Fachkompetenz - Fertigkeiten	- Die Studierenden sind in der Lage, methodisch fundiert, Unternehmensprozesse toolgestützt zu analysieren und zu optimieren. - Hierbei können sie die Verantwortung für kleinere Process Mining Projekte übernehmen. - Sie können hierzu auch für Unternehmen neuartige Lösungswege entwickeln.

c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	- Die Studierenden wissen um die besondere Bedeutung von sozialen Aspekten bei Organisationsänderungen. - Sie können helfen, individuelle Barrieren abzubauen.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden können eigenständig auch weiterführende Problemstellungen angehen und lösen sowie ihre Möglichkeiten und Grenzen hierzu kritisch reflektieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	- Grundlagen des Process Mining - Process Model Mining und Process Data Mining - Praktische Einführung in ein Process Mining Tool - Durchführung von Übungen am Rechner - Bearbeitung einer vertiefenden Fallstudie
Lehr- und Lernmethoden	Übung am Rechner, Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Praktisches Arbeiten (Übungen, Aufgaben, Fallstudien) am Rechner, Gastvorträge
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	- Aalst van der, W. M. P., Process Mining – Data Science in Action, 2. Auflage, 2016 (Springer) - Dumas, M. u.a., Fundamentals of Business Process Management, 2. Auflage, 2018 (Springer) - IEEE Task Force on Process Mining, Process Mining Manifesto (in verschiedenen Sprachen), https://www.pads.rwth-aachen.de/cms/PADS/Forschung/Ressourcen/~glum/Process-Mining-Manifest/lidx/1/; zuletzt abgerufen am 13.06.22 - Reinkemeyer, L. (hrsg.), Process Mining in Action, 2020 (Springer) - Seidlmeier, H. Prozessmodellierung mit ARIS, 5. Auflage, 2019 (Springer Vieweg) - Seidlmeier, H., Grundlagen der modellbasierten Prozessanalyse, in: WISU, Heft 1/16, S. 70 – 78

4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung	
Modul-Nr./ Code	4
Modulbezeichnung	Internationales Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung
Semester oder Trimester	Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	4.1 Internationales Steuerrecht 4.2 Wirtschaftsprüfung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stephan List
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephan List
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienarbeit über alle Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.
Literatur	Siehe Teilmodule
4.1 Internationales Steuerrecht	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan List
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Fachkompetenz – Wissen	Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Besteuerung grenzüberschreitender Sachverhalte und können damit Steuerkonzepte entwickeln.
Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Ziele des internationalen Steuerrechts 2. Maßnahmen zur Vermeidung internationaler Doppelbesteuerung – Analyse der Doppelbesteuerungsabkommen 3. Besteuerung inländischer Unternehmen bei Aktivitäten im Ausland 4. Besteuerung ausländischer Unternehmen mit Inländischen Aktivitäten
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Wilke, Kay-Michael: Lehrbuch Internationales Steuerrecht, 15. Auflage, NWB Verlag Herne 2020, ISBN 978-3-482-63965-4- 6 • Wilke (Hrsg.): Fallsammlung Internationales Steuerrecht, 14. Auflage, NWB-Verlag Herne 2021, ISBN: 978-3-482-65914-0
4.2 Wirtschaftsprüfung	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan List
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Fachkompetenz – Wissen	Die Studierenden werden die notwendigen theoretischen Kenntnisse und das fachspezifischen Wissen über die Rechnungslegung und Prüfung von Konzernen beherrschen, um Aufgabenstellungen selbständig bearbeiten und präsentieren zu können.
Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Orientierung an der aktuellen WPO für das Wirtschaftsprüferexamen
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen der Prüfung

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): WP-Handbuch 2020, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, 17. Auflage, Düsseldorf 2020, ISBN: 978-3-8021-2493-8 • Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): International Financial Reporting Standards IFRS, 14. Auflage, Düsseldorf 2021, ISBN: 978-3-8021-2519-5 • IDW (Hrsg.): IDW Prüfungsstandards, IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung, Band I – III, IDW-Verlag, Düsseldorf
---	--

5 Finance and Accounting	
Modul-Nr./ Code	5
Modulbezeichnung	Finance and Accounting
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	5.1 International Finance 5.2 International Accounting
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bernd Hacker
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bernd Hacker Prof. Dr. Valentin Schiefele
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 5.1: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit Lehrveranstaltung 5.2: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	---
Literatur	Siehe Teilmodule

5.1 International Finance

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	5.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 5
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Valentin Schiefele
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	---
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

a) Fachkompetenz – Wissen:	Studierende kennen nach der Veranstaltung wesentliche Theorien im Bereich des Einsatzes, der Bewertung und Kombination von betrieblichen Finanzinstrumenten.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Studierende sind nach der Veranstaltung in der Lage, zentrale Fragestellung der Finanzwirtschaft von Unternehmen zu bearbeiten und theoriegeleitet zu lösen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Studierende komplettieren ihre Fähigkeiten in Teamarbeit und gemeinsamer Lösung im Team.

d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Studierende schärfen ihre analytischen Fähigkeiten und üben sich im strukturierten Erarbeiten von theoriegeleiteten Lösungen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	• Einsatz und Bewertung von Fremdkapital • Einsatz und Bewertung von Eigenkapital • Kapitalstrukturtheorie • Portfoliotheorie
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	---
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Perridon / Steiner / Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung • Kruschwitz / Husmann, Finanzierung und Investition • Brealey / Myers / Allen, Principles of corporate finance • Copeland / Weston / Shastri, Financial theory and corporate policy
5.2 International Accounting	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	5.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 5
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	keine
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	

a) Fachkompetenz – Wissen:	Studierende kennen nach der Veranstaltung wesentliche Regelungen, Institutionen und Analysemöglichkeiten im Bereich der internationalen Rechnungslegung.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Studierende sind nach der Veranstaltung in der Lage, zentrale Fragestellung der internationalen Rechnungslegung und der Bilanzanalyse zu bearbeiten und anwendungsorientiert zu lösen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Studierende komplettieren ihre Fähigkeiten in Teamarbeit und gemeinsamer Lösung sowie Präsentation im Team. Bei Exkursionen zu Unternehmen steht die Interaktion mit potenziellen Arbeitgebern im Fokus.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Studierende schärfen ihre analytischen Fähigkeiten und üben sich im strukturierten Erarbeiten von theoriegeleiteten und anwendungsorientierten Lösungen im Bereich der internationalen Rechnungslegung.
Inhalte der Lehrveranstaltung	• Organisatorische und institutionelle Grundlagen der IFRS • Inhalt und Anwendung der IFRS • Wesentliche Unterschiede zur HGB-Bilanzierung • Erstellung von Konzernabschlüssen mit • Bearbeitung komplexer IFRS-Probleme in Fallstudien • Analyse von IFRS Abschlüssen
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Regelmäßige Exkursionen und Gastredner Online möglich
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	International GAAP 2021 by EY (2021) ebook Financial Statements – International Accounting (IFRS) by Carsten Berkau (7th edition, 2022) ebook International Financial Reporting Standards (IFRS): An Introduction by Ruth Picker, Ken J. Leo, and Janice Loftus (third edition, 2021) Comparative International Accounting by Christopher Nobes and Robert Parker (13th edition, 2019) Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis by Peter Walton and Walter Aerts (fourth edition, 2019)

6 European Economics and European Law

Modul-Nr./ Code	6
Modulbezeichnung	European Economics and European Law
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	6.1 European Economics 6.2 European Law
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Hornig
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephan Hornig Prof. Dr. Andreas Kupsch
Lehrsprache	Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch, soweit nicht anders angegeben.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
6.1 European Economics	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	6.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 6
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan Hornig
Unterrichts-/Lehrsprache	Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch, soweit nicht anders angegeben.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamtarbeitsaufwand, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden sollen wissenschaftlich komplexe Zusammenhänge beurteilen und ihre Auswirkungen abschätzen lernen, um sie als Rahmenbedingungen für unternehmerische Entscheidungen im internationalen Kontext zu verwenden. Z.B.: • Konzeptionelle und historische Grundlagen der Europäischen Union, institutionelle Architektur, Handlungsfelder und Entwicklungsperspektiven, Außenbeziehungen • Wissenschaftliche Behandlung aktueller, realer makroökonomischer oder mikroökonomischer Krisen und Konflikte innerhalb Europas oder mit den ökonomischen Partnerländern
b) Fachkompetenz - Fertigkeiten	• Die Studierenden lernen, komplex und strukturiert über den nationalstaatlichen Blickwinkel hinaus zu denken, und sollen europäisches Bewusstsein entwickeln.
c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz	• Im Rahmen von Gruppenarbeit üben die Studierenden Führungsverhalten und Teamorientierung. • Dadurch, dass die Seminarsprache Englisch ist, festigen die Studierenden ihre Kompetenz, in internationalen Teams zu arbeiten.

d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	• Die Studierenden erarbeiten sich eigenständig einen neuen Themenbereich auf der Basis wissenschaftlicher Methoden und fokussieren ihn auf eine konkrete Fragestellung im Rahmen einer Seminararbeit. • Die Studierenden erarbeiten und halten eine lange (30-minütige) Präsentation und diskutieren die Ergebnisse im Plenum.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Beispielhaft seien folgende Themenfelder genannt, die entsprechend den aktuellen Entwicklungen variiert werden: Part I: Introduction • Analytical Tools • History and Institutions of European Economic Integration Part II: Selected Common EU Policies • The Common Market • Competition Policy • Industrial Policy • The Common Agricultural Policy • Regional Policy • Social Policy • Environmental Policy • Transport Policy Part III: Specific Trade Policies of the EU • Trade Relationships with the USA • Trade Relationships with China Part IV: Migration • Intra-EU Migration • Migration into the EU via the Mediterranean Sea • Migration into the EU via Turkey/Greece • The Refugee Agreement between Turkey and the EU – Background and who Gains from it? Part V: Specific Policies of the EU • The European Green Deal – Background and Possible Effects • The Role of the European Union in Health Policy • The Role of the European Union in Defence Policy • The Future of the Schengen Agreement – Economic and Political Analysis • Economic-policy Measures against the Corona Crisis on the EU Level • The European Rule-of-Law Mechanism and Poland • The European Rule-of-Law Mechanism and Hungary • Brexit – Economic and Political Analysis • China's New Silk Road and the Implications for Europe • Advantages and Disadvantages of the EU-membership for Germany

	Part VI: European Monetary Integration • History of the European Monetary Integration • The European Monetary System • Costs and Benefits of a Common Currency • The European Monetary Integration and the Theory of Optimum Currency Areas • European Monetary Union: The Euro • Monetary and Fiscal Policy in a Monetary Union: The Operation of the Economic and Monetary Union (EMU)
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Seminar
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	• Ständiger, aktueller Bezug von wissenschaftlicher Abstraktion und Theorien mit praxisrelevanten Fragestellungen • Gastvorträge • Einbeziehung von Professorinnen und Professoren ausländischer (in der Regel europäischer) Hochschulen • Stark interaktive Lehr- und Lernatmosphäre
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Baldwin, R., Wyplosz, C. (2019): The Economics of European Integration. 6th ed. New York: McGraw Hill. • Cini, M., Pérez-Solórzano Borragán, N. (2019): European Union Politics. 6th ed. Oxford: Oxford University Press. • De Grauwe, P. (2020): Economics of Monetary Union. 13th ed. Oxford et al.: Oxford University Press. • McCormick, J. (2020): Understanding the European Union: A Concise Introduction. 8th ed. Houndmills, New York: Palgrave Macmillan. • Molle, W.T.M. (2017): The Economics of European Integration: Theory, Practice, Policy. 5th ed. Aldershot, Burlington: Ashgate.
6.2 European Law	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	6.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 6
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Professor Dr. Andreas Kupsch
Unterrichts-/Lehrsprache	Unterrichts- und Prüfungssprache ist Englisch, soweit nicht anders angegeben.
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5

Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamtarbeitsaufwand, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden sind mit der Struktur und Rechtsnatur der EU vertraut. Sie kennen die europa- rechtlichen Rechtsquellen und Handlungsformen und haben ein vertieftes Verständnis für die Rechtssetzungs- kompetenzen und das Rechtssetzungsverfahren in der EU entwickelt. Die Studierenden haben solide Kenntnisse über die rechtlichen Rahmenbedingungen des europäischen Binnenmarkts, ins- besondere die Grundfreiheiten, erworben.
b) Fachkompetenz - Fertigkeiten	Die Studierenden können wirtschaftliche Sach- verhalte im Hinblick auf deren europarechtliche Implikationen analysieren. Sie sind ferner in der Lage, europarechtliche Einflüsse auf nationales Recht zu erkennen und angemessen zu berücksichtigen. Sie sind imstande, sich selbständig über aktuelle europa- rechtliche Entwicklungen zu informieren.
c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz	Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit, komplexe Sachverhalte auf verständliche Weise zu präsentieren, ihren argumentativen Standpunkt zu vertreten und auf kritische Rückfragen angemessen zu reagieren.
d) Personale Kompetenz – Selbstständigkeit	Die Studierenden verbessern ihre Fähigkeit, komplexe Sachverhalte auf ihre entscheidungs- erheblichen Kern- fragen zu reduzieren. Sie sind in der Lage, aus einer Vielfalt an Daten die für ihre konkrete Frage- stellung relevanten Informationen herauszufiltern. Sie lernen, eigenständig geeignete anwendungs- oder forschungs- orientierte Ziele zu definieren und beherrschen die Verwendung der gängigen Recherchetools.
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Seminar
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	• Ständiger, aktueller Bezug von wissenschaftlicher Abstraktion und Theorien mit praxisrelevanten Fragestellungen • Gastvorträge • Einbeziehung von Professorinnen und Professoren ausländischer (in der Regel europäischer) Hochschulen

	• Stark interaktive Lehr- und Lernatmosphäre
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Herdegen: Europarecht, 27. Aufl. 2021 • Hakenberg: Europarecht, 9. Aufl. 2021 • Purnhagen: Europarecht, 4. Aufl. 2022 • Schroeder: Grundkurs Europarecht, 7. Aufl. 2021 • Davies/van Munster/Düsterhöft: Understanding European Union Law, 8. Aufl. 2022

7 Strategic Marketing Management	
Modul-Nr./ Code	7
Modulbezeichnung	Strategic Marketing Management
Semester oder Trimester	Wintersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	7.1 International Marketing Management 7.2 Strategic Marketing Projects
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Grundkenntnisse des Marketing
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen. - Schriftliche Prüfung im Umfang von 90-120 min für die Teilleistungen 7.1 zur Überprüfung der erworbenen Kenntnisse zum Themengebiet (50% der Leistungspunkte) - Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation in der Teilleistung 7.2 zur Überprüfung der Anwendungs- und Transferleistung des erworbenen Wissens (50% der Leistungspunkte)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	a) Fachkompetenz – Wissen: Die Studierenden kennen und verstehen nach Abschluss des Moduls die Methoden und Besonderheiten der strategischen Marketingplanung im internationalen Management, die Möglichkeiten und Probleme der internationalen Informationsbeschaffung und verstehen die Besonderheiten des Marketing-Planungsprozess und

	der Instrumente des Marketingmix (insb. der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik) sowohl in mittelständischen als auch international tätigen Unternehmen. b) Fachkompetenz – Fertigkeiten: Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketing- und Markteintrittsstrategien in einem international tätigen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen. c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz: Die Studierenden erlernen in Gruppenarbeit Führungsverhalten und Teamorientierung und erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame Lösungswege. d) Personale Kompetenz – Selbständigkeit Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig die Ausgangssituation von komplexen Marketing-Projekten analysieren, diese mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	• Interaktive Verwendung der E-learning-Plattform Moodle / Learning Campus • Intensive Einbindung von Unternehmensprojekten, Gastreferenten und Exkursionen
Literatur	Siehe spezielle Literatur zu den Lehrveranstaltungen des Moduls sowie Grundlagen-Literatur zum Marketing: • Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 14. Aufl., Wiesbaden 2019. • Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020 • Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl. • Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.
7.1 International Marketing Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	7.1
Semester/Trimester	Wintersemester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 7
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Beinert
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung von 90-120 min.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden... • kennen den Prozess der internationalen Marketingplanung und der Besonderheiten im internationalen Marketing-Mix, • verstehen die Unterschiede und Besonderheiten zwischen internationalen Märkten, • verstehen alternative internationale Marktbearbeitungsstrategien und können sie bewerten,
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls: • Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketing- und Markteintrittsstrategien in einem mittelständischen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen. • Recherchen im internationalen Kontext durchführen und Konsequenzen für die internationale Marketingplanung ableiten.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden erlernen in Gruppenarbeit und durch interaktive Übungen die Reflexion der theoretischen Inhalte. Die Diskussionsfähigkeit der Studenten wird anhand von Aufgabenbesprechungen und Fallstudien gestärkt.

d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Teilnehmer lernen über Fallstudien und Gruppenarbeiten, ihr theoretisches Wissen auf konkrete Aufgabenstellungen der Unternehmen anzuwenden und eigenständig Problemlösungen zu entwickeln. Die Fähigkeit zur Selbstorganisation wird über Inverted Classrooms – also Aufgaben in häuslicher Vor- und Nacharbeit – gestärkt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Teil A: Internationales Marketing 1. Einführung Internationales Marketing 2. Strategische Planung im internationalen Marketing a) Planungsprozess im internationalen Marketing b) Informationsgrundlagen im internat. Marketing c) Marktselektion und -auswahl d) Markteintrittsstrategien e) Grundsätzliche Marktbearbeitungsstrategien 3. Operative Planung des internationalen Marketing-Mix a) Produktpolitik und Brandmanagement b) Preis- und Konditionenpolitik c) Kommunikationspolitik d) Distributionspolitik 4. Besonderheiten der Internationalen Marktforschung 5. Praxisorientierte Fallstudien
Lehr- und Lernmethoden	• Vermittlung der Inhalte in kurzen thematischen Einheiten mit Übungsaufgaben und Referaten • Inverted Classroom – häusliche Erarbeitung der theoretischen Inhalte und Diskussion bzw. Anwendung im Unterricht • Fallstudien zur Vertiefung in der häuslichen Vor- bzw. Nachbereitung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastreferenten, Fallstudien und praktische Beispiele
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Basisliteratur zum Internationalen Marketing: • Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart 2010 • Berndt, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2016. • Hollensen, S.: Global Marketing, A Decision-oriented Approach, 7th ed., Pearson 2016. • Meffert, H./ Burmann, Chr./ Becker, Chr. : Internationales Marketing-Management, 4. Auflage, Wiesbaden 2010. • Zentes, J./ Swoboda, B./ Schramm-Klein, H.:

	Internationales Marketing, 3. Aufl., München 2013.
7.2 Strategic Marketing Projects	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	7.2
Semester/Trimester	Wintersemester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 7
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Unterrichts-/Lehrsprache	deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Fachkompetenz – Wissen:	Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Anwendung theoretischer Kenntnisse auf praktische Fragestellungen im Marketing des Mittelstands und kennen die Vorgehensweise zur Bearbeitung von praktischen Marketingprojekten.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketingstrategien und -instrumente in einem mittelständischen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und strukturierte Lösungswege.

d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbstständig die Ausgangssituation von komplexen Projekten analysieren, mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Vorstellung der Praxisprojekte und Briefing durch die Auftraggeber 2. Konzeptionelle Grundlagen der strategischen Marketingplanung im internationalen Kontext und Vorgehensweise zur Entwicklung von Strategien im Mittelstand inkl. Projektstrukturierung bzw. -management 3. Strategische Situationsanalyse und Erarbeitung einer SWOT-Analyse für ein konkretes Unternehmen 4. Entwicklung der Positionierung und der Marketing- bzw. Markteintrittsstrategie für ein konkretes Unternehmen 5. Entwicklung umsetzbarer Marketing-Maßnahmen für ein konkretes Unternehmen 6. Präsentation der Konzepte
Lehr- und Lernmethoden	• Seminaristische Vermittlung ausgewählter Lehrinhalte, auch über Gastreferenten aus Unternehmen • Vermittlung von Präsentationstechniken und Projektmanagement-Methoden • Bearbeitung von Themen in Projektgruppen von ca. 3-6 Personen • Wöchentliches Coaching der Teams in ihren spezifischen Fragestellungen durch den/die Dozent:in
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	• Unternehmensprojekte, Gastvorträge und Exkursionen • Wöchentliches Coaching durch Dozent:in und 2-3 Präsentationen vor den Unternehmen/ Auftraggebern • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente (Learning Campus / Moodle) wie z.B. Wikis, Online- Übungsaufgaben, etc.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis , 14. Aufl., Wiesbaden 2019. • Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020 • Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl.

	• Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.
--	---

8 Change Management	
Modul-Nr./ Code	8
Modulbezeichnung	Change Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	8.1 Change Management 8.2 Change Management Case Studies
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Kenntnisse in den Bereichen „Personalmanagement“ und „Organisation“ sind wünschenswert
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	
Modulverantwortung	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt- Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen: 8.1: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit 8.2: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Die erlangten fachlichen Kenntnisse sowie persönlichen und methodischen Fähigkeiten befähigen die Teilnehmer, Veränderungsprozesse in Organisationen als Projektleiter oder Führungskräfte erfolgreich und aktiv zu gestalten Fachliche Qualifikationsziele: - Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen - Sie lernen verschiedene Konzepte organisationalen

	Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen kennen. Die Studierenden erkennen Change Management als ein interdisziplinäres Forschungs- und Praxisfeld, indem sie die wissenschaftlichen Grundlagen/Konzepte sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch insbesondere aus der Wirtschaftspsychologie erlernen und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren. • Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines wissenschaftlich fundierten, ganzheitlichen Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse erfolgreich planen und praktisch umsetzen können • Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen • Sie erlangen vertiefende wissenschaftliche und praktische Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation funktioniert und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation als einen wesentlichen Erfolgsfaktor kennen • Die Studierenden erlernen wesentliche Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen Überfachliche Qualifikationsziele: • Durch die aktive Teilnahme an einem mehrtägigen, interaktiven „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen im Change Management. • Im Rahmen der praktischen Umsetzung des Erlernten in simulierten Veränderungsprozessen bzw. Krisensituationen erweitern die Studierenden ihre individuellen persönlichen und methodischen Fähigkeiten. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und das gemeinsame Reflektieren der erlebten Situationen in der Gruppe ermöglichen erfahrungsgeleitete, nachhaltige und individuelle Lernprozesse. Zudem wird durch das Training nicht nur die Selbsterkenntnis gefördert, sondern vor allem auch das Wahrnehmen/Verstehen/Akzeptieren anderer Teammitglieder und deren unterschiedlicher Verhaltensweisen und Einstellungen. Schließlich wird auch die Teamfähigkeit insgesamt gestärkt. • Durch Praxisberichte von Gastreferenten und die Bearbeitung von Fallstudien werden die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit der Studierenden gestärkt. UnternehmensvertreterInnen schildern aktuelle Veränderungsprozesse in ihren
--	--

	Unternehmen und diskutieren Lösungsmöglichkeiten und Strategien mit den Studierenden. Die Studierenden wenden ihre wissenschaftlichen Kenntnisse in konkreten realen Unternehmenssituationen erfolgreich an und lernen durch die vielfältigen Erfahrungsberichte der UnternehmensvertreterInnen auch, aus Fehlern erfolgreich zu lernen.
Inhalte des Moduls	Siehe im Einzelnen Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	• Training für Change Manager (Dauer: 2-3 Tage) • Gastvorträge von Experten aus der Praxis • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)
Literatur	Z.B. • Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Wiesbaden, 2019, 14. Aufl. • Frey, D./Gerkhardt, M./Fischer, P. et al.: Change Management in Organisationen – Widerstände und Erfolgsfaktoren der Umsetzung, in: Rosenstiel, L. v./Domsch, M./Regnet, E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart, 2009, 6. Aufl., S. 561-572 • French, W.L./Bell, C.H.: Organisationsentwicklung, Bern/Stuttgart, 1977 • Gebert, D.: Organisationsentwicklung, in: Schuler, H. (Hrsg.): Organisationspsychologie, Bern, 2007, 4. Aufl., S. 601-616 • Glasl, F.: Konfliktmanagement, Stuttgart, 2013, 11. Aufl. • Greif, S./Runde, B./Seeberg, I.: Erfolge und Misserfolge beim Change Management, Göttingen/Bern/Toronto/Seattle/Oxford/Prag, 2004 • Kotter, J.P.: Leading Change: Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, März/April, 1995, S. 59-67 • Kotter, J.P.: Leading Change, München, 2016, 4. Aufl. • Kotter, J.P./Rathgeber, H.: Das Pinguin-Prinzip – Wie Veränderung zum Erfolg führt, München, 2015 • Landes, M./Steiner, E.: Psychologische Auswirkungen von Change Prozessen: Widerstände, Emotionen, Veränderungsbereitschaft und Implikationen für Führungskräfte; in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.) Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 723-750 • Lewin, K.: Group Decision and Social Change, in: Maccoby, E., Newcomb, T./Hartley, E. (Hrsg.): Readings in Social Psychology, New York, 1958, 3.

	Aufl., S. 197-211 • Rosenberg, M.B.: Gewaltfreie Kommunikation, Paderborn, 2016, 12. Aufl. • Rosenstiel, L. von : Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart, 2007, 6. Aufl. • Schiessler, B.: Die Rolle der Organisationsentwicklung im Change Management, in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.): Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 598-611 • Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden, 2016, 6. Aufl. • Schreyögg, G./Noss, C.: Von der Episode zum fortwährenden Prozess – Wege jenseits der Gleichgewichtslogik im Organisatorischen Wandel, in: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Organisatorischer Wandel und Transformation, Wiesbaden, 2000, S. 33-62 • Vahs, D.: Organisation, Stuttgart, 2015, 9. Aufl. • Zeitschrift Organisationsentwicklung Weitere Literatur wird in den Veranstaltungen bekanntgegeben
--	--

8.1 Change Management

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

Fachliche Qualifikationsziele:

- Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen
- Sie erlernen verschiedene wissenschaftliche Grundlagen/Konzepte organisationalen Wandels - sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch aus der Wirtschaftspsychologie - und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren
- Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines ganzheitlichen, wissenschaftlich fundierten Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse nachhaltig erfolgreich planen und umsetzen können
- Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen
- Sie erlangen vertiefende Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation erfolgt und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation kennen
- Die Studierenden lernen verschiedene Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen kennen

Überfachliche Qualifikationsziele:

- Siehe Modulbeschreibung oben

Inhalte der Lehrveranstaltung	• Organisationen und Wandel • Strukturell-technologische und sozialwissenschaftliche Konzepte des Managements organisationalen Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen • Anforderungen an ein zeitgemäßes Change Management • Vorgehensweise im Rahmen eines ganzheitlichen Change Management-Konzepts • Widerstände und Emotionen von Mitarbeitern • Wie sollte die Kommunikation in Veränderungsprozessen gestaltet werden? • Partizipation - ein bedeutender Erfolgsfaktor • Kennenlernen vielfältiger Interventionsmethoden/ Instrumente für ein erfolgreiches, situationsbezogenes Veränderungsmanagement • Bedeutende Erfolgs- und Misserfolgsk Faktoren im Change Management • Erfolgreiches Projektmanagement in Veränderungsprozessen
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, konkrete Fallbeispiele aus der Praxis, Videos

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	- Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, Videos, Fallstudien - Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung oben
8.2 Change Management Case Studies	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler / LB Florian Blencke
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	

Fachliche Qualifikationsziele:

- Die Studierenden wenden ihre in Teilmodul 8.1 gewonnenen Change Management-Kenntnisse in Fallstudien konkret an
- Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen
- In einem „Training für Change Manager“ (Dauer 2-3 Tage) erweitern die Studierenden ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig, um Veränderungsprozesse in ihrer späteren betrieblichen Praxis erfolgreich gestalten zu können

Überfachliche Qualifikationsziele:

- Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des in Teilmodul 1 Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern.
- Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden.
- Im Rahmen der aktiven Teilnahme an einem mehrtägigen „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeleitete, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit

Inhalte der Lehrveranstaltung	• Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen zu verschiedenen Themen aus Teilmodul 1 vorbereiten, moderieren, diskutieren und nachbereiten • Bearbeiten und Diskutieren von Fallstudien zu den Themen aus Teilmodul 1 (anwendungsorientierte Umsetzung der Kenntnisse) • Interaktives Training zur Förderung der individuellen persönlichen Kompetenzen und Einstellungen, um Change-Prozesse als (Teil)Projektleiter und/oder Führungskräfte in der Praxis erfolgreich planen und umsetzen zu können
Lehr- und Lernmethoden	Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Gastvorträge, Diskussionen, interaktives Training
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	• Training (Dauer: 2-3 Tage) • Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen • Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Diskussionen, Seminaristischer Unterricht • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online-Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos

	etc.)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung oben

9 Supply Chain Management

Modul-Nr./ Code	9
Modulbezeichnung	Supply Chain Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	9.1 Added Value and Sales Management 9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	siehe Teilmodule
Literatur	siehe Teilmodule

9.1 Added Values and Sales Management

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	9.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	One semester

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Winter Semester
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ralph Krichbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 hours total workload, of which 60 hours attendance in person and 90 hours of individual and team preparation, and study
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Written examination lasting 90 min
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

- a) Subject-related qualification objectives:
- Participants will understand the challenges in added value processes
 - Students will understand the historical progression of successful added value management
 - They will be able to evaluate the outcomes of different processes in value chains
 - Students will learn to find ways of identifying the underlying issues in supply chains in order to influence outcomes positively
 - They will understand the role of active management and leadership in managing supply chain activities
 - Differences and common patterns of internal and external activities within added value chains will be discussed
 - Students will understand the relationships and resulting tasks for management in procurement, storage, transport, distribution and disposal of products, services and administrative processes within added value management activities
 - Students will be capable of explaining the tools of Supply Chain Management and use them in a solution-oriented manner
 - Participants will understand the importance of strategic sales decisions especially in an international context
 - Students will be able to decide on the pros and cons of typical sales techniques
 - Students will learn to evaluate possible decision outcomes in sales management
 - They will understand the role of active international selling and the necessity of customer acquisition and customer care
 - Students will be capable of explaining the tools of Sales Management and use them in a solution-oriented manner
- b) General qualification objectives
- Ability to discuss problem-based questions in English in particular with an international background

- Students will learn to work on case study problems, to find solutions, and to prepare presentations in English - Participants will present the outcome in front of the class, they have to justify their reasoning and will learn from each other by discussing different approaches	
Inhalte der Lehrveranstaltung	- Added value management - Operations Leadership - Supply and market management - Total Cost Management - Strategic Sales Management - Sales Techniques - International Selling
Lehr- und Lernmethoden	- Presentation of material in teaching units structured as seminars - Exercises for preparation and homework - Repetition questions - Deepening of the material based on practical cases Working on theory-based case studies and presenting answers to special questions
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Practical exercises in simulations and experiments - both practical and mental Excursions to relevant companies in the region Discussions with entrepreneurs and leading managers on questions in Added Value and Sales Management
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	- Concept of the Corporation (Peter Drucker, 1946) - Out of the Crisis (W. Edwards Deming, 1950) - The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production - Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry (James Womack, Daniel Jones, Daniel Roos, 1991) - Lean Thinking: Banish Waste And Create Wealth In Your Corporation (James P. Womack Daniel T. Jones, 2003) - International Business: The Challenge of Global Competition, 13th ed. (Donald A. Ball, 2012) - Selling and Sales Management, 10th ed. (David Jobber / Geoff Lancaster, 2015) - How to Sell. Selling anything to anyone (Jo Qwen, 2010)
9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	9.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	One semester

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Winter Semester
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 hours total workload, of which 60 hours attendance in person and 90 hours of individual and team preparation, and study
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Oral Exam lasting 30 min
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) Subject-related qualification objectives: • Participants will be able to describe Supply Chains in their complexity overarching companies and added value processes • Students will understand the possibilities to create and develop supply chains • They will be understanding and utilizing problem solving methods influences developed under the concepts of what American authors called "Lean Management" • Participants will be able to identify opportunities and initiate new concepts to develop multiple successful supply chain activities b) Interdisciplinary qualification objectives: • Case studies in small groups will reinforce the discussion and argumentation skills of the students • Seminar-based presentation of course content in individual units • Interactive preparation of class topics in groups • Putting theoretical knowledge into practice using concrete case studies in group work • Lab Days will give opportunities to apply concepts	
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Quality management within supply chain management 2. Inventory management within supply chain management 3. Concepts developed in the understanding of what American authors call Lean Management
Lehr- und Lernmethoden	Class room simulations to identify challenges that may be overcome with the development of new supply chain concepts Lab work in interactive simulations of supply chain processes Excursions to relevant companies in the region

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Guest lecturers from Japan and the United States of America integrated into class discussions with students Live interaction with professors from the United States and Japan (online and face to face).
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Learning to See: Value-Stream Mapping to Create Value and Eliminate Muda (Lean Enterprise Institute, Mike Rother, John Shook, 1999) • Zero Quality Control: Source Inspection and the Poka-Yoke System (Shigeo Shingo, Andrew Dillon) 1991 • Quality is Free (Philip Crosby, 1980) • A Revolution in Manufacturing: The SMED System: Single- minute Exchange of Die System (Shigeo Shingo, Andrew P. Dillon) • Managing to Learn (John Shook, 2008)

10 Innovation and Entrepreneurship

Modul-Nr./ Code	10
Modulbezeichnung	Innovation and Entrepreneurship
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	10.1 Innovation 10.2 Entrepreneurship
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	/
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Name der/des Hochschullehrer/s	NN Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	• Prüfungsstudienarbeit für Teilmodul 10.1 • studienbegleitende Studienprüfungsarbeit. für Teilmodul 10.2
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
10.1 Innovation	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	10.1 Innovation
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	NN
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	<i>a) Subject matter learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • understand the importance of innovation and innovation management for successful and sustainable companies • recognize the innovation potential of their environment and implement it in form of innovations in companies and corporations • apply and evaluate methods for the development and management of innovations • apply tools for the development of business model innovations <i>b) Social and methodological learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • develop and their own concepts in project work, • steer and manage their own learning process • discuss and argue with strengthened skills and work in a team orientated manner
Inhalte der Lehrveranstaltung	• Recognize and evaluate innovative ideas • Steering and controlling innovation processes • Innovation strategies and case studies • Brainstorming methods, creative processes, knowledge management • Success strategies of innovative companies and start-ups • Business Model Generation and Innovation
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style lectures

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Excursions to companies, external speakers and/or case studies possible
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Bartl, Dietmut u.a.: Digital Innovation Playbook, Hamburg, 2016. • Chesbrough, Henry W.: Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, 2007. • Lee, S. u.a.: Open innovation in small and medium enterprises – An intermediated network model, Research Policy, 39/2 (2010), S. 290-300. • Gassmann, U., Granig, P., Innovationsmanagement, 12 Erfolgsstrategien für KMU, Carl Hanser Verlag, München 2013 • Verma, Rajesh / Bashir, Makhmoor: Why Business Model Innovation is the New Competitive Advantage, The IUP Journal of Business Strategy, 14 (2017), S. 7-17. • Tesch, Jan F. (Eds.): Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Studies on the Aspects of Evaluation, Decision Making and Tooling, Cham, 2019.
10.2 Entrepreneurship	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	1.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bernhard Grupp Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	studienbegleitende Studienprüfungsarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	c) <i>Subject matter learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • students understand the importance of company start-ups for the national economy • apply central methods for the development of business models • Apply tools for the development, critical evaluation and placement of business ideas on the market. • carry out and interpret a full-fledged financial planning over the course of five years including profit and loss statement, cashflow statement and company valuation d) <i>Social and methodological learning goals:</i> After completing this module, students will be able to • develop their own concepts in project work, learn how to negotiate with the key interest groups involved in founding a company and present them professionally • discuss and argue with strengthened skills and work in a team orientation manner
Inhalte der Lehrveranstaltung	• Development and prototyping of a real business idea • Creation of a business plan in exercise groups, from the business idea to the market position to determining the necessary capital requirements • Visualization and presentation of the concepts, defense in front of experts
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style lectures, own case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Design Thinking Workshop, external speakers and/or coaches, online MOOC
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, New Jersey: John Wiley & Sons • Ries, Eric (2012): Lean Startup, 1. Aufl., München: Redline • Hahn, C. (2018): Finanzierung von Start-up-Unternehmen: Praxisbuch für erfolgreiche Gründer: Finanzierung, Besteuerung, Investor Relations. (2.,

	vollst. akt. u. überarb. Aufl. 2018.). Wiesbaden: Springer Gabler • Nagl, A. (2009): Der Businessplan - Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler • BayStartUP GmbH (Hrsg.): Handbuch Businessplan-Erstellung – Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen, 2021
--	---

11 Mindful Leadership	
Modul-Nr./ Code	11
Modulbezeichnung	Mindful Leadership
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	11.1 Leadership 11.2 Mindful Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bettina Schiessler Dipl.-BW Kathrin Müller
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit für beide Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
11.1 Leadership	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

Fachliche Qualifikationsziele:

- Die Studierenden wenden ihre Kenntnisse in Fallstudien konkret an
- Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen
- In vielseitigen Trainingssequenzen werden die Studierenden gecoacht und erweitern so ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig.

Überfachliche Qualifikationsziele:

- Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern.
- Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden.
- Im Rahmen der interaktiven Übungs- und Coachingsequenzen sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeleitete, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit und Kompetenzen zur Reflektion

Inhalte der Lehrveranstaltung	• Was ist Leadership? • Worauf kommt es heute in der modernen Mitarbeiterführung an? Modernes Leadership • Leadership-Skills • Kommunikation und Gesprächsführung • Personalentwicklung und Coaching • Teams und Zusammenarbeit • Diversity • Ethik und Verantwortung im Management (Empowerment, Achtsamkeit, Empathie, Respekt, Wertschätzung, Resilienz...) • Persönlichkeit und Selbstreflektion • Kreativität und Ideenmanagement (Fehlerkultur schaffen, Veränderungsbereitschaft und -fähigkeit fördern, Vision)
Lehr- und Lernmethoden	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praxisvorträge und Gast sprecher, praktische Fallstudien, erfahrungsgeleitetes Lernen durch praktische Übungen
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	u.a. • Seliger, R. (2008). Das Dschungelbuch der Führung. Ein Navigationssystem für Führungskräfte. Carl-Auer. • Krusche, B. (2008). Paradoxien der Führung. Aufgaben und Funktionen für ein zukunftsfähiges Management. Carl-Auer. • Simon, F.B. (2009). Gemeinsam sind wir blöd!? Die Intelligenz von Unternehmen, Managern und Märkten. Carl-Auer. • Arnold, F. (2010). Von den Besten lernen. Carl Hanser Verlag. • Malik, F. (2006). Führen, Leisten, Leben. Heyne. • Pfläging, N. (2009). Die 12 neuen Gesetze der Führung. Der Kodex: Warum Management verzichtbar ist. Campus. • Pfläging, N. (2006). Führen mit flexiblen Zielen: Beyond Budgeting in der Praxis. Campus. • Narjes, F. & Feltz, N. (2010). Fishing for Careers: Karrieremanagement zwischen Planung und Gelegenheit. • Radatz, S. (2001). Beratung ohne Ratschlag. Systemisches Coaching für Führungskräfte und BeraterInnen. Wien: ISCT. • König, E. & Volmer, G. (2012). Handbuch Systemisches Coaching. Landsberg: Beltz.

	- Looss, W. (2006). Unter vier Augen: Coaching für Manager. Bergisch Gladbach: EHP. - Müller, G. (2006). Systemisches Coaching im Management. Das Praxisbuch für Neueinsteiger und Profis. Landsberg: Beltz. - Maslach, C. & Leiter, M.P. (1997). The Truth About Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What to Do About It. Jossey-Bass. - Leiter, M.P. & Maslach, C. (1999). Six Areas of Worklife: A Model of the Organizational Context of Burnout. Journal of Health and Human Services Administration, 21(4), 472-489.
11.2 Mindful Business	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Dipl.-BW Kathrin Müller
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen</i>	Die Studierenden verstehen die neurowissenschaftlichen Grundlagen und Vorteile der Achtsamkeitspraxis für Mensch und Unternehmen. Sie können die erlernten theoretischen Kenntnisse auf praktische Fragestellungen in einer achtsamen Unternehmenskultur anwenden und verstehen es, achtsam zu Führen.

b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und in Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen. Sie sind in der Lage, Achtsamkeitsübungen anzuleiten und entsprechende Konzepte im Unternehmen zu implementieren.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, achtsame Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und strukturierte Lösungswege.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbstständig Achtsamkeitsübungen durchführen und anleiten. Sie können eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren und im Unternehmen implementieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Grundlagen der Achtsamkeit 2. Achtsamkeit im Unternehmenskontext 3. Vorstellung der Projektarbeiten (nach Möglichkeit mit Praxispartnern) 4. Mindful Business 5. Empathie und Mitgefühl in der Wirtschaft 6. Mindful Leadership 7. Präsentationen der Projekte
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, interaktives Training
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praxisvorträge und Gast sprecher, praktische Fallstudien
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	• Amberg, Martina: Führungskompetenz Achtsamkeit: Eine Einführung für Führungskräfte und Personalverantwortliche, Wiesbaden, 2016 • Black, Anna: Achtsamkeit im Job, Stuttgart, 2018 • Kabat-Zinn, John: Gesund durch Meditation: Das große Buch der Selbstheilung mit MBSR, München, 2019 • Marturano, Janice: Mindful Leadership: Ein Weg zu achtsamer Führungskompetenz, Freiburg im Breisgau, 2015 • Narbeshuber, Esther/ Narbeshuber, Johannes: Mindful Leader: Wie wir die Führung für unser Leben in die Hand nehmen und uns Gelassenheit zum Erfolg führt, München, 2019

	• Nhat Hanh, Thich: achtsam sprechen - achtsam zuhören: Die Kunst der bewussten Kommunikation, München, 2019 • Ott, Ulrich: Meditation für Skeptiker: Ein Neurowissenschaftler erklärt den Weg zum Selbst, München, 2019 • Singer, Tanja/ Ricard, Matthieu: Mitgefühl in der Wirtschaft: Ein bahnbrechender Forschungsbericht, München, 2015 • Tan, Chade-Meng: Search Inside Yourself: Optimierte dein Leben durch Achtsamkeit, Leipzig, 2015
--	--

Masterthesis	
Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Masterthesis
Semester oder Trimester	Sommer- oder Wintersemester
Dauer des Moduls	6 Monate nach Ausgabe
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	--
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Erreichung von mind. 30 ECTS aus den Vorsemestern und Erreichung des 3. Studienseesters
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	--
Modulverantwortung	Studiengangsleitung, Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	2 Dozenten, mind. 1 Dozent ist hauptamtlicher Professor der TH Ro und des Kollegiums der BW-Fakultät
Lehrsprache	deutsch oder englisch (Zusammenfassung in deutscher Sprache zwingend)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30
Gesamtwoorkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	900 h Gesamt-Workload
SWS	--
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	benotete, schriftliche Dokumentation + Verteidigung/ mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	30 von 90 ECTS = 33,3%
Qualifikationsziele des Moduls	Der Studierende weist folgende Qualifikationen im Rahmen des vorgegebenen Themas nach:
Inhalte des Moduls	Praktisch und / oder theoretisch orientierte, wissenschaftliche Arbeit aus dem Bereich Betriebs-, Volkswirtschaft oder Führung.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbständiges, wissenschaftliches Erarbeiten von Lösungen für eine vorgegebene Themenstellung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--
Literatur	Abhängig vom Thema