

# Modulhandbuch

für den Studiengang  
Master of Advanced  
Management (M.A.M.)

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaft I
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>Kosten- und Leistungsrechnung</b> <input type="checkbox"/> <b>Buchführung und Bilanzierung</b> <input type="checkbox"/> <b>Finanzierung und Investition</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Immatrikulation, d. h. kein fachspezifisch einschlägiges Bachelorstudium
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul ist grundsätzlich geeignet, im Weiterbildungsstudiengang „BWL für Ingenieure“ verwendet zu werden.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hermann Demmel
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Kosten- und Leistungsrechnung:</b> Prof. Dr. Hänichen <input type="checkbox"/> <b>Buchführung und Bilanzierung:</b> Prof. Dr. Künkele, Prof. Dr. Demmel <input type="checkbox"/> <b>Finanzierung und Investition:</b> Prof. Dr. Mayer, Prof. Dr. Rederer
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	9 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. <sup>6</sup> Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 270 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 67,5 Std. Selbststudium: 202,5 Std.

SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Kosten- und Leistungsrechnung:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Buchführung und Bilanzierung:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Finanzierung und Investition:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Im Modul Betriebswirtschaft I werden im Wesentlichen die Grundlagen innerhalb des internen und externen Rechnungswesens eines Unternehmens vermittelt. Da an diesem Modul Absolventen aus nicht betriebswirtschaftlich einschlägigen Bachelorstudiengängen teilnehmen, soll primär Grundlagenwissen vermittelt werden.</p> <p>Die Studierenden sollen am Ende der Veranstaltung mit den Grundlagen des Rechnungswesens vertraut sein. Sie sollen die Fähigkeit besitzen, eine Buchführung aufzubauen sowie einen einfachen Jahresabschluss und Lagebericht aufzustellen und zu analysieren. Sie sollen in der Lage sein, die Instrumente der finanzwirtschaftlichen Führung sowie die Verfahren der Investitionsrechnung eines Unternehmens zu beurteilen. Außerdem sollen sie die wesentlichen Instrumente der Kosten- und Leistungsrechnung beherrschen und deren Bedeutung im betrieblichen Informations- und Controlling-System verstehen.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Kosten- und Leistungsrechnung:</b>          Zunächst werden die Ziele, Aufgaben und Grundbegriffe der Kosten- und Leistungsrechnung als Teil des betrieblichen Informationssystems vermittelt. Dem schließen sich die bedeutsamen Elemente der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung an. Neben dem Einblick in neue Verfahren und Tendenzen wird auch ein Überblick über die Kostenrechnungssysteme (Ist- und Plankostenrechnung, Voll- und Teilkostenrechnung, relative Einzelkostenrechnung) gegeben.</p> <p><b>Buchführung und Bilanzierung:</b></p>

	<p>Zu Beginn erfolgt ein Überblick über die Abgrenzung des externen vom internen Rechnungswesen, die Techniken der Buchführung sowie die Unterscheidung zwischen Kontenrahmen und Kontenplan. Dem folgend werden die Buchungsregeln erarbeitet und anhand der Buchung besonderer Geschäftsvorfälle vertieft. Schließlich werden die Elemente eines Jahresabschlusses (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang) vertieft. Es erfolgt ein Einblick in die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des HGB sowie deren steuerliche Besonderheiten.</p> <p><b>Finanzierung und Investition:</b>  Vorab erfolgt ein Überblick über die finanzwirtschaftlichen Grundbegriffe, Ziele und Instrumente. Einen ersten Schwerpunkt bilden die Finanzierungsarten und die Instrumente der Kreditsicherung. Schließlich werden die Möglichkeiten und Grenzen des Finanzmanagements (Praxis der Finanzplanung, Cash-Management, Cash-Flow-Management, Finanzierungsregeln) und neuere Entwicklungen in der betrieblichen Finanzwirtschaft vertieft. Innerhalb der Investitionsrechnung liegen die Schwerpunkte bei den Grundlagen (Investitionsarten, Investitionsprozess) und den statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Innerhalb des Moduls wird angestrebt, Exkursionen durchzuführen und Experten aus der Unternehmenspraxis für Gastvorträge einzuladen.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Schöttler, J., Spulak, R.: <i>Technik des betrieblichen Rechnungswesens</i>, Oldenbourg (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Baetge, J., Kirsch, H.-J., Thiele, S.: <i>Bilanzen</i>, IdW-Verlag (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Perridon, L., Steiner, M., Rathgeber, A.: <i>Finanzwirtschaft der Unternehmung</i>, Vahlen</li> </ul>

	<p>(2009)</p> <p><input type="checkbox"/> Hummel, S., Männel, W.: <i>Kostenrechnung 1. Grundlagen, Aufbau und Anwendung</i>, Gabler, 4. Auflage (2004) (Nachdr.)</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <p><input type="checkbox"/> Wöhe, G., Döring, U.: <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, Vahlen (2008)</p> <p><input type="checkbox"/> Drukarczyk, J.: <i>Finanzierung. Eine Einführung</i>, UTB (2008)</p> <p><input type="checkbox"/> Haberstock, L.: <i>Kostenrechnung 1. Einführung mit Fragen, Aufgaben, einer Fallstudie und Lösungen</i>, Schmidt Erich Verlag (2008)</p>
--	--

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaft II
Semeste oder Trimester er	1. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>Organisation</b> <input type="checkbox"/> <b>Personalwirtschaft</b> <input type="checkbox"/> <b>Marketing</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<input type="checkbox"/> Zulassung zum MAM-Studium an der HNU <input type="checkbox"/> Beherrschung von Englisch in Wort und Schrift
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	<p>In Kombination mit den Modulen BWL I (Kosten- und Leistungsrechnung, Buchführung und Bilanzierung, Finanzierung und Investition), VWL (Mikro- und Makroökonomie, Wirtschaftspolitik) sowie BWL-orientierten Wahlpflichtfächern werden mit dem Modul die betriebswirtschaftlichen Grundlagen für Teilnehmer des nicht konsekutiven MAM-Masterprogramms ohne entsprechende fachliche BWL-Vorkenntnisse geschaffen.</p> <p>Durch diese grundlegende und praxis- bzw. managementorientierte Einführung in die Thematik ist das Modul - ggf. mit einigen Anpassungen - generell auch gut in Weiterbildungsstudiengängen der HNU für nicht Betriebswirte (Ärzte, Ingenieure etc.) denkbar.</p>
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Wunder
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Organisation:</b> Prof. Dr. Thomas Bayer <input type="checkbox"/> <b>Personalwirtschaft:</b> Prof. Dr. Rupert Bardens <input type="checkbox"/> <b>Marketing:</b> Prof. Dr. Thomas Wunder

Lehrsprache	<u>Englisch und Deutsch:</u> <input type="checkbox"/> <b>Organisation:</b> Deutsch <input type="checkbox"/> <b>Personalwirtschaft:</b> Deutsch <input type="checkbox"/> <b>Marketing:</b> Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	9 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 270 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 67,5 Std. Selbststudium: 202,5 Std.
SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	<input type="checkbox"/> <b>Organisation:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Personalwirtschaft:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Marketing:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Ziel des Moduls ist es, die Studierenden adäquat auf die Aufgaben einer erfolgreichen marktorientierten Geschäftstätigkeit und die zugehörigen personalwirtschaftlichen und organisationalen Fragestellungen vorzubereiten.</p> <p>In der interaktiven Veranstaltung werden hierzu Konzepte und Methoden zur Lösung von Problemen aus der unternehmerischen Praxis behandelt. Dabei stehen die Vermittlung von Problemerkennungs- und -lösungskompetenzen, kritischem und vernetztem Denken sowie die selbstständige und kreative Anwendung des erlernten Fach- und Methodenwissens im Vordergrund..</p> <p>Basierend auf den relevanten theoretischen und praktischen Grundlagen, Fallbeispielen, Gruppenarbeiten und -präsentationen, Diskussionen von Praxisbeispielen und Übungen werden die Studierenden in den drei Grundlagenfächern befähigt, die vermittelten Konzepte und Vorgehensweisen selektiv und kritisch zur Lösung praktischer Probleme anzuwenden.</p> <p>Am Ende der Veranstaltung sind die Teilnehmer in der Lage, das erlernte Instrumentarium im Sinne des</p>

	<p>angestrebten Markterfolges von Unternehmen funktionsübergreifend zu integrieren und einzusetzen.</p> <p>Durch die Arbeit in Teams - mit zum Teil englischen Fallstudien, Diskussionen und Kurzübungen - werden die Studierenden darüber hinaus in ihrer Sozialkompetenz gefördert und auf ein internationales Wettbewerbsumfeld vorbereitet.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Organisation:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Überblick zu Organisationstheorien <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Klassische Ansätze</li> <li>○ Human-Relations-Ansatz</li> <li>○ Entscheidungs- und Systemansatz</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Organisieren von Aufgaben und Abläufen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aufgaben- und Arbeitsanalyse</li> <li>○ Aufgaben- und Arbeitssynthese</li> <li>○ Substitutionsprinzip</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Grundelemente der Gestaltung von Organisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Organisationseinheiten</li> <li>○ Konfiguration der Organisationen</li> <li>○ Koordination in Organisationen</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Primäre und sekundäre Organisationsformen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Funktionale &amp; divisionale Organisation</li> <li>○ Cost, Profit, Investment Center</li> <li>○ Holdingorganisation</li> <li>○ übergreifende Organisationsformen</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Veränderung und Entwicklung von Organisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlagen des Change Management</li> <li>○ Kontrolle &amp; Steuerung von Veränderungen</li> <li>○ Erfolgsfaktoren</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Effektivität und Effizienz von Organisationen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Problem der Messkriterien</li> <li>○ Balanced Scorecard als integrierter Ansatz</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalwirtschaft:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen des Personalmanagements <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Begriffe Arbeitnehmer, Zeitarbeiter, freie Mitarbeiter etc.</li> <li>○ Ziele der Personalarbeit</li> <li>○ Operative und strategische Aufgaben</li> <li>○ Organisation der Personalarbeit</li> </ul> </li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Systematik des Arbeitsrechts <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Individualarbeitsrecht</li> <li>○ Kollektivarbeitsrecht</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Personalbedarf und -beschaffung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arten des Bedarfs</li> <li>○ Beschaffungsarten</li> <li>○ Personalauswahl</li> <li>○ Integration von Mitarbeitern</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Personalentwicklung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arten der Personalentwicklung</li> <li>○ Ablauf der Personalentwicklung</li> <li>○ Methoden der Personalentwicklung</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Personalfreistellung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Abbauhemmende Maßnahmen</li> <li>○ Abbauende Maßnahmen</li> <li>○ Kündigungsschutz</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Entgelt und Erfolgsbeteiligung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Entgeltformen</li> <li>○ Erfolgs- und Kapitalbeteiligung</li> <li>○ Sozialleistungen</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Arbeitszeit <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Arbeitszeitmodelle</li> <li>○ Flexibilisierung der Arbeitszeit</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Führung und Motivation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlagen der Personalführung</li> <li>a</li> <li>○ Motivationsmodelle</li> <li>○ Führungsansätze</li> <li>○ Führungsstile</li> <li>○ Führungstechniken</li> <li>○ Führungsaufgaben</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen der Betriebsverfassung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundlagen des BetrVG</li> <li>○ Formen der Mitbestimmung</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Marketing:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Marketing Management <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Company vs. Marketing Objectives</li> <li>○ Strategic Success Factor Research</li> </ul> </li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Customer Needs and Requirements</li> <li><input type="checkbox"/> The Marketing Mix <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Product Decisions</li> <li>○ Pricing: Making Profitable Decisions</li> <li>○ Sales Decisions</li> <li>○ Communication Decisions</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Marketing in Specific Contexts <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marketing Corporate Social Initiatives</li> <li>○ Business-to-Business Marketing</li> <li>○ Marketing of Services</li> <li>○ International Marketing</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Marketing Implementation <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marketing Organization</li> <li>○ Establishing Market/Customer Orientation</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht mit Diskussionen von Praxisbeispielen, Bearbeiten von Case Studies, Übungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, a Präsentation und Diskussion von Ergebnissen im Plenum</li> <li><input type="checkbox"/> Selektiver Einsatz von E-Learning (Moodle) im Rahmen eines didaktischen Gesamtkonzeptes</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
<b>Literatur</b> (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><b>Organisation:</b>  <u>Pflichtlektüre:</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Daft, R.L., Murphy, J., Willmott, H.: <i>Organization Theory and Design</i>, South Western Educ Pub</li> <li><input type="checkbox"/> Vahs, D.: <i>Organisation. Ein Lehr- und h Managementbuch</i>, Schäffer-Poeschel</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur :</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Fiedler, R.: <i>Organisation kompakt</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Joones, G.R., Bouncken, R.B.: <i>Organisation. Theorie, Design und Wandel</i>, Addison-Wesley</li> <li><input type="checkbox"/> Mintzberg, H.: <i>Structure in Fives. Designing</i></li> </ul>

	<p><i>Effective Organization</i> , Prentice Hall <i>ns</i></p> <p><b>Personalwirtschaft:</b>  <u>Pflichtlektüre:</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Bröckermann, R.: <i>Personalwirtschaft</i>, Schäffer-Poeschel</li> <li><input type="checkbox"/> Hentze, J., Kammel, A.: <i>Personalwirtschaftslehre 1</i>, UTB</li> <li><input type="checkbox"/> Hentze, J., Graf, A.: <i>Personalwirtschaftslehre 2</i>, UTB</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur :</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Becker, M.: <i>Personalentwicklung</i>, Schäffer-Poeschel</li> <li><input type="checkbox"/> Berthel, J., Becker, F.G.: <i>Personalmanagement</i>, Schäffer-Poeschel</li> <li><input type="checkbox"/> Hentze, J., Graf, A., Kammel, A., Lindert, K.: <i>Personalführungslehre</i>, UTB</li> <li><input type="checkbox"/> Jung, H.: <i>Personalwirtschaft</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Jung, H.: <i>Arbeits- und Übungsbuch Personalwirtschaft</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Oechsler, W.A.: <i>Personalwirtschaft</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Ulich, E.: <i>Arbeitspsychologie</i>, Schäffer-Poeschel</li> </ul> <p><b>Marketing:</b>  <u>Pflichtlektüre:</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Homburg, C., Kuester, S., Krohmer, H.: <i>Marketing Management. A Contemporary P Perspective</i>, Mcgraw-Hill</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Kotler, P., Keller, K.L.: <i>Marketing Management</i>, Prentice Hall</li> </ul>
--	--

	<p><input type="checkbox"/> Kotler, P., Keller, K.L., Bliemel, F.: <i>Marketing n Management. Strategien für wertschaffendes Handeln</i>, Pearson Studium</p> <p><input type="checkbox"/> Kotler, P., Armstrong, G.: <i>Principles of Marketing, p</i> Prentice Hall</p> <p><input type="checkbox"/> Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V.: <i>Grundlagen des Marketing</i>, Pearson Studium</p> <p><input type="checkbox"/> Perreault, W.D.Jr., Cannon, J.P., McCarthy, E.J.: P <i>Basic Marketing. A Marketing Strategy Planning Approach</i>, Mcgraw Hill</p>
	<p><input type="checkbox"/> Cateora, P.R., Gilly, M.C., Graham, J.: <i>International Marketing</i>, Mcgraw Hill</p>

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Volkswirtschaft
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>Mikro- und Makroökonomie</b> <input type="checkbox"/> <b>Wirtschaftspolitik</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<p>Mathematische Grundkenntnisse (Abiturniveau). Empfohlen wird die vorbereitende Lektüre der aktuellen Fachpresse zu aktuellen wirtschaftlichen Ereignissen.</p> <p>Durch das Studium der Pflichtlektüre ist eine Vorbereitung auf die wesentlichen Inhalte beider Lehrveranstaltungen möglich.</p>
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul hat u. a. die Funktion eine gesamtwirtschaftliche und wirtschaftspolitische Klammer einzelwirtschaftlicher Aktivitäten (z. B. Investitions- und Konsumentscheidungen, fiskalische Eingriffe, internationale Wirtschaftsbeziehungen) zu sein. In vielen gesellschafts- und sozialwissenschaftlichen Disziplinen ist die Volkswirtschaftslehre (z. B. als Wirtschaftspolitik) ein wesentlicher Bestandteil der Ausbildung.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sibylle Brunner
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Sibylle Brunner Prof. Dr. Albert A. Müller Prof. Dr. Markus Wilhelm (jeweils für beide Lehrveranstaltungen)
Lehrsprache	Deutsch

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 180 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 45 Std. Selbststudium: 135 Std.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Mikro- und Makroökonomie:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Wirtschaftspolitik:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Studierenden verfügen über empirisch gesicherte, modell-theoretische Grundlagen in Mikro- und Makroökonomie und sind dadurch befähigt, als Manager zieladäquate und methodisch abgesicherte Entscheidungen auf Basis ihres volkswirtschaftlichen Grundlagenwissens zu treffen.</p> <p>Die Studierenden können wirtschaftspolitische Ereignisse und Eingriffe in Kenntnis marktwirtschaftlicher Lösungen selbstständig und kompetent beurteilen.</p> <p>Die Studierenden wissen, warum der Staat in einer grundsätzlich funktionierenden Volkswirtschaft wirtschaftspolitisch aktiv ist und kennen die wichtigsten Instrumente, die ihm dafür zur Verfügung stehen.</p> <p>Sie analysieren, wie einzelne wirtschaftspolitische Maßnahmen und Ereignisse wirken, und sie sind sich bewusst, welche grundsätzlichen Ziele, Probleme und Grenzen für die Wirtschaftspolitik relevant sind.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<u>Mikroökonomie:</u> <input type="checkbox"/> Überblick zur Funktionsweise und Kritik an der Marktwirtschaft <input type="checkbox"/> Die Konsumententscheidung der Haushalte

	<input type="checkbox"/> Kosten und Produktion <input type="checkbox"/> Preisbildung in alternativen Marktformen <u>Makroökonomie:</u> <input type="checkbox"/> Die Bestandteile der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage <input type="checkbox"/> Das Multiplikatormodell (im einfachsten Fall) <input type="checkbox"/> Das IS-Modell <input type="checkbox"/> Geldangebot und -nachfrage <input type="checkbox"/> Das LM-Modell <input type="checkbox"/> Das ISLM-Modell und seine wirtschafts- politischen Implikationen <u>Wirtschaftspolitik:</u> <input type="checkbox"/> Systematik der Wirtschaftspolitik: Hauptgebiete und Träger <input type="checkbox"/> Ordnungs- und Wettbewerbspolitik <input type="checkbox"/> Geldwertstabilität und Geldpolitik <input type="checkbox"/> Konjunkturschwankungen und Fiskalpolitik <input type="checkbox"/> Vollbeschäftigung und Arbeitsmarktpolitik <input type="checkbox"/> Grundlagen der Sozial- und Gesundheitspolitik
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	In Vorlesungen mit seminaristischen Unterrichtsteilen werden Inhalte theoretisch und empirisch gestützt vorgestellt. Am wirtschaftspolitischen Geschehen ausgerichtete Fallbeispiele vertiefen die Inhalte und wenden sie auf aktuelle Themen an. Die Studierenden üben die vermittelten Techniken in kleineren Projektarbeiten (in Arbeitsgruppen oder Hausarbeit auf der Basis von Arbeitspapieren) selbstständig ein.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Aktuelle wirtschaftspolitisch relevante Themen werden in der Veranstaltung laufend aufgegriffen und in die Inhalte integriert.

<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Auszüge aus der mit * gekennzeichneten Literatur</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u> (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ahrens, H.-J., Feser, H.-D.: <i>Wirtschaftspolitik. Problemorientierte Einführung</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Altmann, J.: <i>Wirtschaftspolitik</i>, UTB</li> <li><input type="checkbox"/> Beutel, J.: <i>Mikroökonomie</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Blanchard, O., Illing, G.: <i>Makroökonomie</i>, Pearson Studium</li> <li><input type="checkbox"/> Branson, W.: <i>Makroökonomik. Theorie und Politik</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Baßeler, U. et al.: <i>Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft</i>, Schäffer-Poeschel*</li> <li><input type="checkbox"/> Brümmerhoff, D.: <i>Finanzwissenschaft</i>, Oldenbourg</li> <li><input type="checkbox"/> Brunner, S., Kehrle, K.: <i>Volkswirtschaftslehre</i>, Vahlen*</li> <li><input type="checkbox"/> Cassel, D., Thieme, H.-J.: <i>Stabilitätspolitik</i>, in: <i>Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik</i>, Bd. 2, Vahlen</li> <li><input type="checkbox"/> Felderer, B., Homburg, S.: <i>Makroökonomik und neue Makroökonomik</i>, Springer</li> <li><input type="checkbox"/> Franz, W.: <i>Arbeitsmarktökonomik</i>, Springer</li> <li><input type="checkbox"/> Issing, O.: <i>Einführung in die Geldpolitik</i>, Vahlen</li> <li><input type="checkbox"/> Issing, O.: <i>Einführung in die Geldtheorie</i>, Vahlen</li> <li><input type="checkbox"/> Jarchow, H.-J.: <i>Theorie und Politik des Geldes</i>, UTB</li> <li><input type="checkbox"/> Krugman, P., Wells, R.: <i>Volkswirtschaftslehre</i>, Schäffer-Poeschel</li> </ul>
---	--



	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Mankiw, N.G.: <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre</i>, Schäffer-Poeschel</li> <li><input type="checkbox"/> Mankiw, N.G.: <i>Makroökonomik</i>, Schäffer-Poeschel</li> <li><input type="checkbox"/> Neubäumer, R., Hewel, B. [Hrsg.]: <i>Volkswirtschaftslehre</i>, Gabler</li> <li><input type="checkbox"/> Samuelson, P.A., Nordhaus, W.D.: <i>Volkswirtschaftslehre</i>, Ueberreuter Wirtschaft</li> <li><input type="checkbox"/> Schumann, J. et al.: <i>Grundzüge der mikroökonomischen Theorie</i>, Springer</li> <li><input type="checkbox"/> Siebert, H.: <i>Weltwirtschaft</i>, UTB</li> <li><input type="checkbox"/> Varian, H.R.: <i>Grundzüge der Mikroökonomik</i>, Oldenbourg</li> </ul> <p>Diverse Veröffentlichungen, v. a. folgender wirtschaftswissenschaftlicher Institutionen, werden in der Veranstaltung bekannt gegeben:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Deutsche Bundesbank, EZB, OECD, Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Wirtschaftsforschungsinstitute (insbesondere DIW, HWWI, ifo, IfW, IWH, RWI, ZEW), Statistisches Bundesamt</li> </ul>
--	---

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Quantitative Methoden im Management
Semester oder Trimester	1. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<p>Es gibt keine formalen Voraussetzungen.</p> <p>Wie allgemein in Wirtschaftswissenschaften (insbesondere in einem Master of Science) sind hohe Kompetenzen aus dem Bereich Mathematik notwendig, um dem Modul erfolgreich folgen zu können. Typischerweise wird empfohlen, im Minimum Kompetenzen zu besitzen, wie sie z. B. in einem Leistungskurs Mathematik vermittelt werden.</p>
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Professor Dr. Michael Grabinski
Name der/des Hochschullehrer/s	Das Modul wird von verschiedenen Dozenten gelehrt, derzeit von: Professor Dr. Grabinski
Lehrsprache	Englisch (kann vom Dozenten abweichend festgelegt werden)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<p>33,75 Stunden Kontaktzeit (3 x 15 x 0,75)</p> <p>146,25 Stunden Selbststudium</p>

SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	Modulprüfung (schriftliche Einzelprüfung)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 / 210 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, mathematische Modelle der Wirtschaftswissenschaften zu verstehen und anzuwenden, weiterzuentwickeln, oder selbst neue (einfache) Modelle zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden sollen mathematische Kompetenzen erwerben, wie sie in anderen Master of Science Studiengängen in Wirtschaftswissenschaften i. Allg. als Zugangsvoraussetzung gefordert werden (z. B. 18 ECTS in quantitativen Methoden).</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Mathematische Grundlagen:</b> Analysis, Statistik, Gleichungen (und Lösungen), Differentialgleichungen (und Lösungen) und Anderes je nach den Detailinhalten</li> <li>• <b>Anwendungen:</b> Hier sollen aus möglichst vielen Gebieten der Wirtschaftswissenschaften Modelle untersucht werden. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit und nur beispielhaft seien die folgenden Gebiete in alphabetischer Reihenfolge genannt: aktuelle Beispiele aus der Forschung, Demographische Modelle, Finanzmodelle, Logistik, Mikro- und Makroökonomie, Marktforschung, Planungsmodelle, Systemtheorie u. v. a.</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminaristischer Unterricht unter Einbeziehung von Praxisbeispielen und ggf. numerischen Lösungsverfahren am PC</li> <li>• Hausarbeiten</li> <li>• Selektiver Einsatz von E-Learning (Moodle) im Rahmen des didaktischen Gesamtkonzeptes</li> </ul>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<b>Pflichtlektüre:</b> Skript des jeweiligen Dozenten eingestellt



FIBAA

	<p>auf Moodle</p> <p><b>Ergänzungsmaterial:</b></p> <p>Grabinski, M., Management Methods and Tools, Gabler (2007)</p>
--	---

## Modulbeschreibung

	Allgemeine wissenschaftliche Fächer
Modul-Nr./ Code	2. Semester
Modulbezeichnung	1 Semester
Semester oder Trimester	Wahlpflicht
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	z. B.: <input type="checkbox"/> <b>Wirtschaftsgeschichte</b> <input type="checkbox"/> <b>Konstitutive Entscheidungen</b>
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	(Zur Auswahl. Änderungen sind semesterweise möglich.)
	Jeweils zum Sommersemester.
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Zulassung zum MAM-Studium an der HNU, volkswirtschaftliche Kenntnisse
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Das Modul baut auf den volkswirtschaftlichen Veranstaltungen des ersten Semesters auf und vertieft die dort erworbenen Kenntnisse. Die Inhalte sind gut verwertbar in Aufbaustudiengängen mit politisch-gesellschaftlichen Inhalten.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul gibt außerdem Einblicke in Entscheidungen, die typischerweise bei der Unternehmensgründung oder Neukonstituierung getroffen werden und somit eine Langzeitwirkung entfalten. Die Thematik gehört zur Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und vermittelt somit betriebswirtschaftliches Grundlagenwissen.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Markus Wilhelm
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Markus Wilhelm
Lehrsprache	Deutsch

Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 180 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 67,5 Std. Selbststudium: 112,5 Std.
SWS	6 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	je eine schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Wirtschaftsgeschichte:</b> Indem die Veranstaltung Pfadabhängigkeiten und lange Entwicklungen kenntlich macht, werden die Studierenden in die Lage versetzt, ein besseres Verständnis für gegenwärtige Wirtschaftsstrukturen zu entwickeln. Durch den Rückgriff auf vergangene Ereignisse wie Inflation, Weltwirtschaftskrise, Industrialisierung, Branchenwandel usw. sind die Studenten befähigt, aktuelle wirtschaftliche Ereignisse einzuordnen und zu interpretieren.</p> <p><b>Konstitutive Entscheidungen:</b> Die Studierenden setzen sich ausführlich mit Entscheidungen auseinander, die bei einer Unternehmensgründung anfallen. Sie lernen den sicheren Umgang mit Kriterien kennen, die für diese Entscheidungen relevant sind. Die vertiefte Betrachtung von Problemen der Standort- und Rechtsformwahl sowie der Unternehmensverbindungen hat zum Ziel, dass Studierende als spätere Entscheidungsträger ihre Handlungsoptionen genau kennen und bewerten können. Anhand von Fallbeispielen wird die Mehrdimensionalität von Entscheidungsproblemen für Studenten greifbar.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Wirtschaftsgeschichte:</b></p> <p><input type="checkbox"/> Die industrielle Revolution in Deutschland bis 1970</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Die wirtschaftliche Entwicklung im Kaiserreich</li> <li><input type="checkbox"/> Der Erste Weltkrieg</li> <li><input type="checkbox"/> Die Weimarer Republik</li> <li><input type="checkbox"/> Nationalsozialismus und Zweiter Weltkrieg</li> <li><input type="checkbox"/> Bundesrepublik Deutschland</li> <li><input type="checkbox"/> Deutsche Demokratische Republik</li> <li><input type="checkbox"/> Wiedervereinigung</li> </ul> <p><b>Konstitutive Entscheidungen:</b></p> <p><u>Einleitung:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Definition</li> <li><input type="checkbox"/> Entscheidungsfelder</li> </ul> <p><u>Unternehmensstandort:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einordnung der Fragestellung</li> <li><input type="checkbox"/> Grad der geographischen Ausbreitung</li> <li><input type="checkbox"/> Standortfaktoren und Klassifizierung von Standortfaktoren</li> <li><input type="checkbox"/> Nutzwertanalyse</li> <li><input type="checkbox"/> Standortvergleiche im Rahmen von Ranking- und Benchmarking-Verfahren</li> <li><input type="checkbox"/> Fallstudie: BMW in den USA</li> </ul> <p><u>Rechtsform:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Überblick über die Rechtsformen des Privatrechts</li> <li><input type="checkbox"/> Gesellschaftsvertrag</li> <li><input type="checkbox"/> Die Rechtsformen im Einzelnen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Einzelunternehmen</li> <li>○ Personengesellschaften <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts</li> <li>- Die Offene Handelsgesellschaft</li> <li>- Die Partnergesellschaft</li> <li>- Die Kommanditgesellschaft</li> </ul> </li> <li>○ Kapitalgesellschaften</li> </ul> </li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Aktiengesellschaft</li> <li>- Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung</li> <li>- Die Europäische Aktiengesellschaft</li> <li>○ Mischformen</li> <li>- Die GmbH &amp; Co. KG</li> <li>- Die Doppelgesellschaft</li> </ul> <p><u>Unternehmensverbindungen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Überblick über die Unternehmensverbindungen</li> <li><input type="checkbox"/> Kooperationen <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Strategische Allianzen</li> <li>○ Joint Ventures</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Kartelle</li> <li><input type="checkbox"/> Fusionen und Übernahmen</li> <li><input type="checkbox"/> Kartellrechtliche Schranken</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Die Vorlesungen werden im seminaristischen Stil abgehalten und durch Übungen ergänzt.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><b>Wirtschaftsgeschichte:</b></p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> North, M.: <i>Deutsche Wirtschaftsgeschichte. Ein Jahrtausend im Überblick</i>, C.H.Beck (2000)</li> <li><input type="checkbox"/> Walter R.: <i>Wirtschaftsgeschichte. Vom Merkantilismus zur Gegenwart</i>, UTB (2011)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Blauch, F.: <i>Der Schwarze Freitag. Inflation und Weltwirtschaftskrise</i>, dtv (1985)</li> <li><input type="checkbox"/> Burhop, C.: <i>Wirtschaftsgeschichte des Kaiserreichs 1871 - 1918</i>, UTB (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Knortz, H.: <i>Wirtschaftsgeschichte der Weimarer Republik. Eine Einführung in Ökonomie und Gesellschaft der ersten deutschen Republik</i>, UTB</li> </ul>



	<p>(2010)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Pierenkemper, T.: <i>Wirtschaftsgeschichte. Die Entstehung der modernen Volkswirtschaft</i>, Akademie Verlag (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Pierenkemper, T.: <i>Wirtschaftsgeschichte. Eine Einführung - oder: Wie wir reich wurden</i>, Oldenbourg (2005)</li> <li><input type="checkbox"/> Walter, R.: <i>Geschichte der Weltwirtschaft</i>, UTB (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Walter, R.: <i>Einführung in die Wirtschafts- und Sozialgeschichte</i>, UTB (2008)</li> <li><input type="checkbox"/> Von Prollius, M.: <i>Deutsche Wirtschaftsgeschichte nach 1945</i>, UTB (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Weimer, W.: <i>Deutsche Wirtschaftsgeschichte</i>, Hoffmann und Campe (1998)</li> <li><input type="checkbox"/> Ziegler, D.: <i>Die Industrielle Revolution</i>, Wissenschaftliche Buchgesellschaft (2009)</li> </ul> <p><b>Konstitutive Entscheidungen:</b></p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Auszüge aus der mit * gekennzeichneten Literatur</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u> (jeweils Auszüge)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Bea, F.X. (Hrsg.), Schweitzer, M. (Hrsg.): <i>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, Bd. 1: <i>Grundfragen</i>, UTB, 9. Auflage (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Steiner, M.: <i>Konstitutive Entscheidungen</i>, in: <i>Vahlens Kompendium der Betriebswirtschaftslehre</i>, Bd. 1, Vahlen, 5. Auflage (2005)</li> <li><input type="checkbox"/> Baßeler, U. et al.: <i>Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft</i>, Schäffer-Poeschel, ab der 17. Aufl. (2002)</li> <li><input type="checkbox"/> Wöhe, G.: <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i>, Vahlen, 24. Auflage</li> </ul>
--	--

	<p>(2008)</p> <p><u>Weiterführende Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Bunte, H.-J.: <i>Kartellrecht mit neuem Vergaberecht</i>, C.H.Beck (2008)</li> <li><input type="checkbox"/> Hierl, S., Huber, S.: <i>Rechtsformen und Rechtsformwahl. Recht, Steuern, Beratung</i>, Gabler (2008)*</li> <li><input type="checkbox"/> Jansen, S.A.: <i>Mergers &amp; Acquisitions. Unternehmensakquisitionen und -kooperationen. Eine strategische, organisatorische und kapitalmarkttheoretische Einführung</i>, Gabler (2008)</li> <li><input type="checkbox"/> Kinkel, S.: <i>Erfolgsfaktor Standortplanung. In- und ausländische Standorte richtig bewerten</i>, Springer (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Klunzinger, E.: <i>Grundzüge des Gesellschaftsrechts</i>, Vahlen, 15. Auflage (2009)*</li> <li><input type="checkbox"/> Wirtz, B.W.: <i>Merger &amp; Acquisitions Management</i>, Gabler (2003)</li> </ul>
--	--

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Betriebswirtschaft III
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>Planung und Logistik</b> <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensbesteuerung</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Sommersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, wissenschaftliches Denken; im Einzelnen: <input type="checkbox"/> <b>Planung und Logistik:</b> englische Sprachkenntnisse, sehr gute mathematische Fähigkeiten <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensbesteuerung:</b> Grundlage von Steuern und insbesondere Recht
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Es ist der dritte Teil der betriebswirtschaftlichen Grundausbildung (neben BWL I und BWL II) auf Masterniveau. Bei Wahl des Schwerpunktes Finance and Accounting ist es die notwendige Voraussetzung, um in diesem Bereich wissenschaftlich arbeiten zu können. Bei der Wahl eines anderen Schwerpunktes stellt es das notwendige Grundwissen für einen Topmanager dar.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Michael Grabinski
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Planung und Logistik:</b> Prof. Dr. Michael Grabinski Prof. Dr. Oliver Kunze <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensbesteuerung:</b> Prof. Dr. Michael Grabinski Prof. Dr. Christian Joos

Lehrsprache	<input type="checkbox"/> <b>Planung und Logistik:</b> Englisch <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensbesteuerung:</b> Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload:</u> <u>180 Std., davon:</u> Präsenzzeit:                    45 Std. Vor- und Nachbereitung: 45 Std. Selbststudium:                60 Std. Prüfungsvorbereitung (einschl. Prüfung):            30 Std.
SWS	4 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Planung und Logistik:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensbesteuerung:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	Generell sollen die Voraussetzung geschaffen werden, um typischerweise als Vorstand, Geschäftsführer oder selbstständiger Unternehmer tätig zu werden. Ferner werden die Grundlagen vermittelt, auf den beiden Gebieten wissenschaftlich zu arbeiten (Promotion). Der erfolgreiche Absolvent soll in der Lage sein, derzeit standardisierte Verfahren weiterzuentwickeln bzw. bei neuen Umweltbedingungen neue Verfahren zu entwickeln.
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<b>Planning and Logistics:</b> <input type="checkbox"/> The general terms of Logistics, e.g. SCM, just in time, MRP, MRP II etc. <input type="checkbox"/> The optimal inventory level <input type="checkbox"/> Transport organization (including modes) as cost optimization <input type="checkbox"/> The general idea of forecast derived from the systemic approach <input type="checkbox"/> Typical forecast approaches based upon Taylor and Fourier series

	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Special procedures such as exponential smoothening (exact and standard approximation)</li> <li><input type="checkbox"/> Models for the accuracy of forecasts</li> <li><input type="checkbox"/> Modern learning curve theory</li> <li><input type="checkbox"/> Particularities of production planning</li> </ul> <p><b>Unternehmensbesteuerung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einkommensteuerrecht, insbesondere für Personengesellschaften Relevantes</li> <li><input type="checkbox"/> Körperschaftssteuerrecht im Unterschied zu Einkommenssteuerrecht</li> <li><input type="checkbox"/> Umsatzsteuerrecht</li> <li><input type="checkbox"/> Gewerbesteuer</li> <li><input type="checkbox"/> Steuerliche Praxisfälle wie z. B.: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Besteuerung eines selbstständigen Freiberuflers</li> <li>○ umsatzsteuerliche Behandlung von Dienstwagen mit privater Nutzung</li> <li>○ steuerliche Optimierung von Beteiligungen, Leistungsprämien und Sachbezugswerten</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><b>Planung und Logistik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Skript (wird elektronisch zur Verfügung gestellt)</li> <li><input type="checkbox"/> Grabinski, M.: <i>Management Methods and Tools. Practical Know-how for Students, Managers, and Consultants</i>, Gabler (2007) (in relevanten Auszügen als Pflicht)</li> </ul> <p><b>Unternehmensbesteuerung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Skript (wird elektronisch zur Verfügung gestellt)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>□ Steuergesetze, insbesondere EStG, UStG, KStG, GewStG (als Pflicht; werden elektronisch zur Verfügung gestellt)</li><li>□ <u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur (Übungsempfehlung):</u><ul style="list-style-type: none"><li>○ Warsönke, A.: <i>Einkommensteuer leicht gemacht</i>, Kleist (2010)</li><li>○ Mücke, S. et al: <i>Umsatzsteuer leicht gemacht</i>, Kleist (2012)</li><li>○ Warsönke, A.: <i>Körperschaftssteuer leicht gemacht</i>, Kleist (2011)</li><li>○ Schober, K.: <i>Gewerbesteuer leicht gemacht</i>, Kleist (2009)</li></ul></li></ul>
--	--

## Modulbeschreibung

Studiengang: Master of Advanced Management  
(Stand: Sommersemester 2015)

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	International Strategic Management
Semester oder Trimester	2. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zulassung zum MAM-Studium an der HNU</li> <li>• Beherrschung von Englisch in Wort und Schrift</li> <li>• Betriebswirtschaftliche Grundlagen (aus Vorstudium oder dem vorangegangenen 1. Semester MAM)</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Wunder
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Thomas Wunder
Lehrsprache	Englisch oder Deutsch (wird zu Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	6 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<u>Gesamtworkload: 180 Std., davon</u> <u>(aufgabenabhängig):</u> Kontaktzeit: 36 Std. Selbststudium: 144 Std.
SWS	4 SWS

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	Schriftliche Arbeit und Präsentation/Referat (6 ECTS)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	6 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Im Rahmen der angewandten Forschung werden spezifische strategische Aufgaben- und Problemstellungen aus der Praxis durch studentische Teams unter Anleitung des Dozenten bearbeitet. Die Teams entwickeln selbstständig Herangehensweisen und Lösungsvorschläge, die mit dem Dozenten diskutiert und reflektiert werden. Ziel ist die fundierte Vorbereitung von Managemententscheidungen zu Praxisproblemen, für die es keine „Musterlösung“ gibt. Das Erlernen von relevantem Fach- und Methodenwissen erfolgt im Rahmen der problemorientierten Anwendung.</p> <p>Zur Vorbereitung und in Anlehnung an die Situation eines Praxisprojektes fordert und fördert das Modul:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Problemlösekompetenz und Kreativität hinsichtlich strategischer Fragestellungen aus der Praxis</li> <li>• Sozialkompetenz i.S.v. Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit (inkl. der ergebnisorientierten Nutzung verschiedener Kompetenzen und Fähigkeiten der Teammitglieder) sowie in der Interaktion mit dem Dozenten und den Praxisexperten</li> <li>• Selbstkompetenz i.S.v. Selbstständigkeit, Reflexionsfähigkeit sowie Sicherheit im Auftreten und ergebnisorientierten Präsentieren gegenüber herausragenden Vertretern aus der Wirtschaft</li> <li>• Sprachkompetenz durch eine englischsprachige Studienarbeit und Ergebnispräsentation (falls zutreffend – siehe Lehrsprache)</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Inhalte des Moduls basieren auf den drei sich ergänzenden Fachgebieten „Strategisches Management“, „Internationales Management (inkl. Interkulturelles Management)“ und „Marketing bzw. Internationales Marketing“. Pro Semester werden – soweit möglich – ein oder mehrere international tätige Unternehmen (Ebene Vorstand/ Geschäftsführung/Marketingleiter/ Linien- oder Stabsmanager) aus der Praxis eingeladen. Diese</p>



	<p>stellen den Studierenden - in Abstimmung mit dem Dozenten - ausgewählte strategische Aufgaben aus der beruflichen Praxis aus den oben genannten Fachgebieten. Die Studierenden präsentieren Lösungen, die zusammen mit den Experten diskutiert werden. Sollte kein reales Unternehmen zur Verfügung stehen, so wird alternativ auf Praxisfallstudien zurückgegriffen oder die Bearbeitung strategischer Fragestellungen realer Unternehmen auf Basis öffentlich verfügbarer Informationen herangezogen.</p> <p>Typischerweise beinhaltet das Modul in Abhängigkeit der jeweiligen praktischen Aufgabenstellung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Externe strategische Analyse (z.B. makroökonomische Trendanalysen, Analyse von Branchenstrukturen, Markt- und Kundenanalysen, Wettbewerberanalysen)</li> <li>• Interne strategische Analyse (z.B. Stärken-Schwächen-Profil; Ressourcen, Fähigkeiten und Kernkompetenzen)</li> <li>• Formulierung von Wettbewerbsstrategien, z.B. Wachstums- und „Go-to-Market“-strategien</li> <li>• Analyse, Bewertung und Selektion von Ländermärkten oder heimischen Vertriebskanälen für den Markteintritt mit einem existierenden oder neuen Produkt (Marktentwicklungsstrategie)</li> <li>• Analyse und (Weiter-)Entwicklung von Geschäftsmodellen</li> <li>• Erarbeitung eines Marketing Plans (Marketing Mix)</li> <li>• Bewertung von Strategieoptionen, ggf. Entwicklung eines Business Case</li> <li>• Planung der Strategieumsetzung (z.B. mit Strategy Maps, Balanced Scorecards, strategischen Aktionsprogrammen, organisatorischer Verankerung, strategischem Controlling)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminaristischer Unterricht</li> <li>• Projektarbeit mit Coaching</li> <li>• Selbststudium</li> <li>• Präsentationen</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	<p>Es besteht eine enge Verzahnung mit der Wirtschaft; ggf. sind unterstützende Gastvorträge sowie auch Firmenbesuche vorgesehen.</p>

<p><b>Literatur</b> (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Pflichtlektüre:</u> –</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur (alphabetisch; Schwerpunkte abhängig von der Aufgabenstellung):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deresky, H: (2014): International Management. Managing Across Borders and Cultures. Text and Cases, 8th edition.</li> <li>• Ghauri, P.N., Cateora, P.R. (2010): International Marketing, 3rd edition.</li> <li>• Horváth &amp; Partners (Hrsg., 2007): Balanced Scorecard umsetzen, 4. Aufl.</li> <li>• Hungenberg, H. (2011): Strategisches Management in Unternehmen. Ziele – Prozesse - Verfahren, 6. Aufl.</li> <li>• Homburg, C.; Kuester, S.; Krohmer, H. (2013): Marketing Management. A Contemporary Perspective. 2nd edition.</li> <li>• Kaplan, R.S.; Norton, D.P. (2008): The Execution Premium. Linking Strategy to Operations for Competitive Advantage</li> <li>• Morschett, D.; Schramm-Klein, H.; Zentes, J. (2010): Strategic International Management. Text and Cases, 2nd edition.</li> <li>• Müller-Stewens, G.; Lechner, C. (2011): Strategisches Management. Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 4. Aufl.</li> <li>• Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation. A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</li> <li>• Porter, M.E. (1996): What is Strategy?, in: Harvard Business Review 74 (Nov./Dec.): 61-78.</li> <li>• Wheelen, T.L.; Hunger, J.D. (2010): Strategic Management and Business Policy. Achieving Sustainability, 12th edition.</li> <li>• Wunder, T.: Fundamentals of Strategic Management (<i>erscheint 2015</i>).</li> </ul>
--	--

### Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Mitarbeiterführung
Semeste oder Trimester er	2. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>Führungstechniken und -lehre</b> <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensethik</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jeweils zum Sommersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Grundlagen der Betriebswirtschaft (Module 1 und 2, 1. Semester) und der Volkswirtschaft (Modul 1. Semester)
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	<p>Die Inhalte des Moduls stellen essentielle Grundlagen für das effektive Studium späterer Schwerpunktthemen im MAM-Studiengang dar und bilden speziell für die Studierenden ohne betriebswirtschaftliche Erstausbildung ein wesentliches Fundament für die Befähigung zu Führungspositionen. n</p> <p>Die Inhalte können, ggfs. mit leichten Veränderungen, auch in Modulen des BW- und IMUK-Studiengangs, bzw. vor allem auch im Weiterbildungsstudiengang verwendet werden.</p>
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Thomas Bayer
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Führungstechniken und -lehre:</b> Prof. Dr. Thomas Bayer <input type="checkbox"/> <b>Unternehmensethik:</b> Prof. Dr. Ulrike Reisach
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	6 ECTS

<p>Gesamtworload und ihre Zusammensetzung<sup>6</sup>(z. B. Selbststudium + Kontaktzeit)</p>	<p>Gesamtworload: 180 Std., davon:</p> <p>Präsenzzeit: 45 Std.</p> <p>Selbststudium: b 135 Std.</p>
<p>SWS</p>	<p>4 SWS</p>
<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p><input type="checkbox"/> <b>Führungstechniken und -lehre:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Unternehmensethik:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)</p>
<p>Gewichtung der Note in der Gesamtnote</p>	<p>6 von 120 ECTS</p>
<p>Qualifikationsziele des Moduls<sup>8</sup></p>	<p>Ziel des Moduls ist es, die Handlungskompetenz (inkl. Planungs-, Entscheidungs-, Analyse- und Argumentationskompetenz) der Studierenden in führungstechnischen und unternehmensethischen Fragen zu stärken.</p> <p>Die Studierenden werden auf konkrete Aufgaben- und Fragestellungen der Mitarbeiterführung und Unternehmensethik des praktischen Alltags als angehende Führungskräfte vorbereitet.</p> <p><b>Führungstechniken und -lehre:</b> Die Studierenden lernen die Bedeutung von Mitarbeiterführung im Organisationskontext kennen. Sie erlernen moderne Techniken und Werkzeuge der Führung von Mitarbeitern und Teams und erfahren durch die Anwendung gängiger Analysemethoden in der Führungspraxis eigene Präferenzen. Die Studierenden reflektieren eigene Grundannahmen zu Menschenbildern und Modelle der Motivation und übertragen diese durch Fallbeispiele auf konkrete Führungssituationen.</p> <p><b>Unternehmensethik:</b> Die Studierenden erkennen unterschiedliche implizite und explizite Werte, persönliche/betriebliche Ziele und deren unternehmensethische Dimensionen. So werden eigene und fremde Erwartungen und Verhaltensstandards reflektiert und die Basis für ein ethisch verantwortungsvolleres betriebliches Handeln gelegt. Die Studierenden erkennen Handlungsspielräume, Entscheidungsfreiheit und Verantwortung des Einzelnen im Betrieb und des Betriebs im</p>

	<p>gesamtgesellschaftlichen Kontext. Sie können die Konsequenzen betrieblicher Entscheidungen für andere und für die Gemeinschaft besser einschätzen u ethisch verantwortungsbewusste Entscheidungen empfehlen, vorbereiten und treffen.</p> <p>Durch die kritische unternehmensethische Analyse aktueller (z. B. öffentlich diskutierter) Unternehmensbeispiele transferieren sie ethische Überlegungen und Standards auf die unternehmerische Praxis und entwickeln für Beispielfälle aus verschiedenen Branchen, Märkten und betrieblichen Funktionsbereichen verantwortungsbewusste Handlungsempfehlungen. Diese zeigen beispielhaft, wie die Studierenden selbst als Verantwortliche in Unternehmen zu einem nicht nur legal korrekten, sondern zugleich auch legitimen d. h. ethisch verantwortungsbewussten, vorausschauenden und nachhaltigen unternehmerischen Handeln beitragen können.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Führungstechniken und -lehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen, Begriff Führung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Unternehmensführung</li> <li>○ Personalführung</li> <li>○ Management und Leadership</li> <li>○ Merkmale von Führung</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Aufgaben und Rollen einer Führungskraft <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ziele setzen</li> <li>○ Organisieren</li> <li>○ Entscheiden &amp; Kontrollieren</li> <li>○ Menschen entwickeln und fördern</li> <li>○ Rollen und Rollendilemmata</li> <li>○ Rollenverständnis n. Maccoby</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Kompetenzen und Persönlichkeit einer Führungskraft <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kompetenzebenen und Schlüsselqualifikationen</li> <li>○ Motivation und Motivationsmodelle</li> <li>○ Persönlichkeitsebenen und ausgewählte Analyseverfahren</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Prinzipien und Faktoren erfolgreicher Führung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Grundsätze wirksamer Führung</li> <li>○ Effektivität und Effizienz von Führung</li> <li>○ Praxis und Probleme der Messung von Führung</li> </ul> </li> </ul>

	<p>erfolg</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Führungstheorien und Führungsmodelle <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Archetypen von Führung</li> <li>○ Führungsstil und Menschenbilder in der Führung</li> <li>○ Ausgewählte Modelle der Führungsforschung (Lewin, Hersey/Blanchard, Fiedler, Vroom/Yetton)</li> <li>○ Ausgewählte Modelle der Führungspraxis (Harzburger, St. Galler Modelle, Level-5-Leadership Model)</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Unternehmensethik:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Einführung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Philosophie und Ethik, Kernfragen und Ebenen der Unternehmensethik</li> <li>○ Legalität und Legitimität, Willensfreiheit und Verantwortung</li> <li>○ Gesinnungs- und Verantwortungsethik</li> <li>○ Rechtsnormen, Kodizes, branchenweite und innerbetriebliche Standards und Regelwerke</li> </ul> </li> <li>□ Individualethik (Mikroebene) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Die Verantwortung des Einzelnen: ethische Imperative, Principal Agent Theorie und moral hazard</li> <li>○ Unternehmer- und Führungsethos: Umgang mit Wissen und Macht</li> <li>○ Umgang mit Befehlen/Aufträgen, Problemen und Spielräumen: Zivilcourage und Whistleblowing, Entscheidungsfreiheit, Risikobereitschaft und Verantwortung</li> </ul> </li> <li>□ Unternehmensethik (Mesoebene) n <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Unternehmensdefinition, Zielsetzung und Zeithorizont, gesellschaftlicher Beitrag/Mehrwert der betrieblichen Leistungserstellung</li> <li>○ Marktverhalten/Umgang mit (Markt-)Macht</li> <li>○ Berücksichtigung von Stakeholder- und Umweltinteressen, nachhaltige U Unternehmensführung</li> <li>○ Corporate Governance: interne und externe Standards und Kontrollsysteme (Unternehmensleitbilder und Führungsgrundsätze, Global Compact, Corporate Governance Kodex</li> </ul> </li> </ul>
--	--

	<p>etc.), Bilanzierungspolitik und Steuermoral, n Umgang mit Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ordnungsethik (Makroebene) <ul style="list-style-type: none"> <li>○ CSR national/international, Corporate Citizenship, Social Entrepreneurship, Socially Responsible Investment</li> <li>○ Branchenvereinbarungen/ unternehmensübergreifende Regelwerke (K Kodizes)/ Verbandsarbeit</li> <li>○ politischer Einfluss/Responsible Lobbying; Einflussnahme auf die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Seminaristischer Unterricht mit Praxisbeispielen und Analyse von Case Studies nach führungsrelevanten und unternehmensethischen Kriterien; Gruppenarbeit u Präsentationen und Nutzung von Online
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Quellen zu Regularien, aktuellen Praxisbeispielen und Plattformen zu nachhaltiger Unternehmensführung und CSR durch die Studierenden
Literatur  (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><b>Führungstechniken und -lehre:</b> <u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Hentze, J., Graf, A.: <i>Personalführungslehre</i>, UTB (2005)</li> <li><input type="checkbox"/> Daft, R.L.: <i>The Leadership Experience</i>, South Western Educ Pub (2010)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Malik, F.: <i>Führen, leisten, leben</i>, Campus (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Drucker, P.F.: <i>The Practice of Management</i>, a HarperBusiness, (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Rosenstiel, L.v.: <i>Führung von Mitarbeitern</i>, Schäffer-Poeschel (2009) er</li> <li><input type="checkbox"/> Wildenmann, B.: <i>Professionell Führen</i>, Luchterhand (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Collins, J.: <i>Der Weg zu den Besten</i>, Campus</li> </ul>

	<p>(2011)</p> <p><u>Unternehmensethik</u></p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Clausen, A.: <i>Grundwissen Unternehmensethik</i>, UTB (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Reisach, U.: <i>Management, Macht und Moral. Reputation und Unternehmensethik als Erfolgsfaktoren</i>, in: <i>Der Betriebswirt</i> 4/2010,, Deutscher Betriebswirte-Verlag</li> <li><input type="checkbox"/> Ulrich, P.: <i>Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie</i>, Haupt Verlag (2007)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Dietzfelbinger, D.: <i>Praxisleitfaden Unternehmensethik</i>, Gabler (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Göbel, E.: <i>Unternehmensethik</i>, UTB (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> KPMG Schweiz (Hrsg.): <i>Wirtschaftsethik verstehen</i>, KPMG (Zürich) (2008)</li> <li><input type="checkbox"/> Palazzo, B.: <i>Interkulturelle Unternehmensethik: Deutsche und amerikanische Modelle im Vergleich</i>, Deutscher Universitäts-Verlag (2000)</li> <li><input type="checkbox"/> Reisach, U.: <i>Bankunternehmensleitbilder und Führungsgrundsätze zwischen Anspruch und Wirklichkeit</i>, Deutscher Sparkassenverlag (1994)</li> <li><input type="checkbox"/> Reisach, U.: <i>Courage oder Karriere</i>, (mit Stefanie Sohm), in: Zeitschrift <i>Personal</i>, Heft 10, Verlagsgruppe Handelsblatt (Oktober 20 009)</li> <li><input type="checkbox"/> Reisach, U.: <i>Macht und Machtmissbrauch</i>, in: Zeitschrift <i>Personal</i>, Heft 02, Verlagsgruppe Handelsblatt (Februar 2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Reisach, U.: <i>Verhaltensökonomie und ihre Bedeutung für die BWL</i>, in: <i>Der Betriebswirt</i>, Ausgabe 10, Deutscher Betriebswirte--Verlag (Oktober</li> </ul>
--	--



2009)

- ☐ Steinmann, H., Löhr, A.: *Grundlagen der Unternehmensethik*, Schäffer-Poeschel (1994)
- ☐ Thielemann, U., Ulrich, P.: *Standards guter Unternehmensführung. Zwölf Initiativen und ihr normativer Orientierungsgehalt*, Haupt Verlag (2009)

Empfohlene Internet-Quellen für Recherchen zu Studienarbeit und Präsentation:

- ☐ Zu Unternehmenspolitik und Unternehmensführung:  
[www.econsense.de](http://www.econsense.de), [www.globalcomact.de](http://www.globalcomact.de),  
[www.nachhaltigkeitsrat.de](http://www.nachhaltigkeitsrat.de),  
[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org), [www.sustainability.com](http://www.sustainability.com),  
[www.non-financial-reporting.de](http://www.non-financial-reporting.de), [www.corporate-governance-code.de](http://www.corporate-governance-code.de), [www.ecgi.org](http://www.ecgi.org),  
[www.icgn.org](http://www.icgn.org), [www.bertelsmann-stiftung.de/unternehmenskultur](http://www.bertelsmann-stiftung.de/unternehmenskultur),  
[www.csr.weltweit.de](http://www.csr.weltweit.de), [www.corpethics.org](http://www.corpethics.org),  
<http://corpgov.net/wordpress>,  
[www.cfainstitute.org](http://www.cfainstitute.org), [www.ethics.orld.org](http://www.ethics.orld.org), [www.businessethicsnetwork.org](http://www.businessethicsnetwork.org), Transparency International <http://www.transparency.org/> a
- ☐ Zu Wettbewerbsaufsicht und Verbraucherschutz:  
[www.bundeskartellamt.de](http://www.bundeskartellamt.de) bzw.  
[http://ec.europa.eu/competition/index\\_de.html](http://ec.europa.eu/competition/index_de.html)  
und Stiftung Warentest [www.vzbv.de](http://www.vzbv.de)

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: International Brand and Sales Management Modul: Fremdsprachiges Modul
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt International Brand and Sales Management gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Fremdsprachiges Modul:</b> • <b>English for Studies in Marketing &amp; Sales</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils im Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Das Niveau B2/GERS (Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen) in Englisch als Fremdsprache wird vorausgesetzt.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul zielt auf akademische Fähigkeiten in der englischen Sprache auf Niveau C1/GERS ab und ist somit auch in allen anderen Studiengängen zu verwenden, in denen Englisch Voraussetzung ist.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Angela Pitt
Name der/des Hochschullehrer/s	Angela Pitt
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 23 Std.

	Selbststudium: 127 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Fremdsprachiges Modul</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>English for Studies in Marketing &amp; Sales:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.; 5 ECTS)</li> </ul>
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p><u>Lernziele:</u> Die Kursteilnehmer können nach erfolgreichem Abschluss des Moduls:</p> <p><u>(Sprachfähigkeiten)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sich Notizen zu Vorträgen/Vorlesungen machen (mit einem Bewusstsein für Stichwörter und Umschreibungen),</li> <li>• Meinungen zu akademischen und allgemeinen Themen äußern, die für ihr Studium relevant sind, Erklärungen, Beschreibungen und Spekulationen abgeben sowie Hypothesen aufstellen,</li> <li>• akademisch und ausführlich schreiben (unter Berücksichtigung der Regeln in Bezug auf Struktur, Beschreibung, Erläuterung, Klassifizierung, Vergleich) sowie Ursache und Wirkung, Quantität, Frequenz und Wahrscheinlichkeit kontrastieren,</li> <li>• beim Lesen eine breit gefächerte Auswahl an Literaturstilen meistern; Lesefähigkeiten (Prädiktion, Skimming und selektives Leseverstehen) entwickeln,</li> </ul> <p><u>(Lernstrategien)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die eigenen Fähigkeiten und Fortschritte im Englischen erkennen und auswerten,</li> <li>• Lernziele für sich ausarbeiten, den Fortschritt hierzu kontrollieren und Strategien entwickeln, die Fortschrittsgeschwindigkeit zu verbessern,</li> <li>• das eigene Festhalten der neu erlernten Sprache</li> </ul>

	<p>(lexikalische Begriffe) organisieren,</p> <p><u>(Soziale Fähigkeiten)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• in Teams arbeiten, den eigenen Beitrag und den von anderen Teammitgliedern erkennen und schätzen lernen,</li> <li>• die Bedeutung von Sozial- und Berufsnetzwerken verstehen und dazu beitragen.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Themenbereiche, die für das allgemeine Studenumfeld relevant und aktuell sind, z. B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft</li> <li>• Internationales Marketing</li> <li>• Brands</li> <li>• Globalisierung</li> <li>• Umwelt</li> <li>• Wirtschaftsethik</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Interaktiver Unterricht, Team- und Paararbeit
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p>Kursunterlagen werden von der Dozentin gestellt, z. B. Artikel von HBR, FT und Audio von der BBC, Vorträge von <a href="http://www.ted.com/">http://www.ted.com/</a> mit Aufgaben/Übungen</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Oxford Advanced Learner's Dictionary</i>, Oxford University Press (2010)</li> <li>• Longman/Langenscheidt: <i>Business English Dictionary</i> (2000)</li> <li>• Murphy, R.: <i>Advanced English Grammar in Use</i>, Cambridge University Press (2005)</li> </ul>

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: International Brand and Sales Management Modul: Strategic Brand Management
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt International Brand and Sales Management gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Strategic Brand Management:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strategic Brand Management and Branding Tools</b></li> <li>• <b>Branding Seminar</b></li> <li>• <b>Branding Case Studies</b></li> </ul>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zulassung zum MAM-Studium an der HNU</li> <li>• sehr gute Beherrschung von Englisch in Wort und Schrift</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Austausch- und Double-Degree-Studierende können sich nach Rücksprache Teile für den Bachelor Schwerpunkt Marketing-Kommunikation anrechnen lassen.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Jens U. Pätzmann
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Jens U. Pätzmann
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	8 ECTS

Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<u>Gesamtworkload: 240 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 80 Std. Selbststudium: 160 Std.
SWS	7 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Strategic Brand Management (8 ECTS)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strategic Brand Management and Branding Tools:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)</li> <li>• <b>Branding Seminar:</b> Studienarbeit</li> <li>• <b>Branding Case Studies:</b> Studienarbeit</li> </ul>
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	8 ECTS von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Strategic Brand Management and Branding Tools:</b> Brand Management seeks to increase a product's perceived value to the customer. It is therefore an essential key to success in markets where products are becoming increasingly indistinguishable. The aim of this module is to explore all the relevant theoretical dimensions of successful Brand Management. Furthermore, participants will become acquainted with branding tools and will learn how to use them effectively.</p> <p><b>Branding Seminar:</b> This unit aims to introduce students to current issues in branding, which shall be examined and compiled scientifically. Students are required to demonstrate a critical reflection of the theories and concepts presented throughout the module. Working on a scientific assignment, students will refine their academic writing skills. This will serve as a preparation for writing a master's thesis. Moreover, students will practise their public-speaking and presentation skills, develop self-awareness, and build their critical ability – the three distinguishing characteristics of a successful researcher.</p> <p><b>Branding Case Studies:</b> This unit is designed to put Brand Management theory into practice by examining a number of real-</p>

	<p>world brands and case studies. Students will develop an understanding of the complex reality and process of Brand Management. They will learn how to generate original and creative solutions to strategic branding problems and how to efficiently communicate them. In addition, they will acquire soft skills, such as personal initiative, teamwork, responsibility, self-awareness, and critical thinking.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Strategic Brand Management and Branding Tools:</b> Having been introduced to the relevant methods of modern branding, students will familiarise themselves with a number of key branding strategies and learn to develop them on their own. These branding strategies will include:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Branding vision (brand positioning, brand competitor analysis, brand personality, brand architecture)</li> <li>b) Brand touch points (brand name, brand logo, touch points, brand drivers, target groups, buying centres, integrated creative brief, claiming, key visuals)</li> <li>c) Brand organisation (brand steering, brand culture, integrated communications)</li> <li>d) Brand controlling (brand potential, market potential, economic potential)</li> </ul> <p><b>Branding Seminar:</b> Students will submit an assignment (5,000 words) complying with academic conventions and present their topic in class, using MS-PowerPoint and a variety of other media. Topics will be generated from current Brand Management theory. Consequently, this assignment will broaden students' understanding of and expand on the knowledge about branding gained throughout the 'Strategic Brand Management and Branding Tools' course.</p> <p><b>Branding Case Studies:</b> Building on the topics covered on the 'Strategic Brand Management and Branding Tools' course, this course advances students' knowledge of branding case studies. Participants will apply their</p>

	<p>theoretical knowledge to current problems in the field of branding. The cases discussed are drawn from a range of different industries and thus provide an overview of a wide variety of issues on the international playing field. Special attention will be devoted to ethical questions, such as Corporate social responsibility (CSR).</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorlesung</li> <li>• Seminaristischer Unterricht</li> <li>• Seminar</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kapferer, J.-N.: <i>The New Strategic Brand Management. Creating and Sustaining Brand Equity Long Term</i>, Kogan Page (latest edition)</li> <li>• Davis, S.M., Dunn, M.: <i>Building the Brand-Driven Business. Operationalize Your Brand to Drive Profitable Growth</i>, John Wiley &amp; Sons (latest edition)</li> <li>• Aaker, D.A.: <i>Brand Portfolio Strategy. Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage and Clarity</i>, Free Press (latest edition)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Blythe, J.: <i>A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book about Studying Marketing</i>, Sage Pubn Inc (latest edition)</li> <li>• Saren, M.: <i>Critical Marketing</i>, Taylor &amp; Francis (latest edition)</li> <li>• Wilkie, W., Gundlach, G.: <i>Marketing and Society</i>, South Western Educ Pub (latest edition)</li> <li>• Aaker, D.A., Joachimsthaler, E.: <i>Brand Leadership</i>, Free Press (latest edition)</li> <li>• Blythe, J.: <i>Principles and Practice of Marketing</i>, Cengage Learning Emea (latest edition)</li> </ul>



	<p>At this stage of their studies, students are expected to supplement their reading of the textbooks listed above with relevant journal articles. Electronic access to many journals is available (more information at the HNU library). Although students are expected to gather relevant articles from a wide range of academic journals, they are encouraged to peruse the following key sources on marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Journal of Marketing Management</i></li> <li>• <i>Journal of Brand Management</i></li> <li>• <i>Journal of Marketing Communications</i></li> </ul>
--	---

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	<b>Schwerpunkt: International Brand and Sales Management</b> Modul: Strategic Growth and Sales Management
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt International Brand and Sales Management gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Strategic Growth and Sales Management:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strategic Growth and Sales Management</b></li> <li>• <b>Growth and Sales Seminar</b></li> <li>• <b>Growth and Sales Case Studies</b></li> </ul>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jedes Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Alexander Kracklauer
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Alexander Kracklauer
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	8 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<u>Gesamtworkload: 240 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 80 Std. Selbststudium: 160 Std.
SWS	7 SWS

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Strategic Growth and Sales Management:</b> <u>Strategic Growth and Sales Management und Growth and Sales Seminar:</u> Studienarbeit + Präsentation <u>Growth and Sales Case Studies:</u> Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	8 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das Lehrmodul Strategic Growth and Sales Management vermittelt umfassendes Wissen zu zwei Kernfunktionen des Vertriebs: zu strategischem Wachstums- und Vertriebsmanagement. Erfolgreiche Wachstums- und Vertriebsstrategien steigern die Wertschöpfung eines Unternehmens langfristig und nachhaltig. Deshalb sind sie zentraler Diskussionspunkt strategischer sowie operativer Managemententscheidungen in Unternehmen aller Branchen und Größenordnungen geworden. Neben den theoretischen Kenntnissen erlangen die Studierenden die Fähigkeit, die erlernten Inhalte in einer Case Study und einem Seminar auf konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis zu übertragen. Damit fordert und fördert das Modul die Methodenkompetenz (i. e. S. Problemlösefähigkeit und Kreativität), die Sozialkompetenz (i. e. S. Kommunikationsfähigkeit und Teamfähigkeit) sowie die Selbstkompetenz (i. e. S. Selbstständigkeit, Selbstbewusstsein und Reflexionsfähigkeit).</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das Lehrmodul Strategic Growth and Sales Management umfasst folgende Lehrveranstaltungen:</p> <p><b>Strategic Growth and Sales Management:</b>          Die Studierenden lernen, dass das Wachstums- und Vertriebsmanagement einen wichtigen Erfolgsfaktor für jedes Unternehmen darstellt. Richtig angewandt garantiert es den notwendigen Erfolg am Markt und beim Kunden. Deshalb zielt das Modul darauf ab, den Studierenden alle relevanten Dimensionen eines erfolgreichen Wachstums- und Vertriebsmanagements aufzuzeigen und das Zusammenspiel mit anderen Bereichen der Unternehmensführung (CEO, Sales Director, Key Account Management</p>

	<p>Director) darzustellen.</p> <p><b>Growth and Sales Seminar:</b>          Inhaltliches Ziel der Lehrveranstaltung ist es, den Studierenden einen umfassenden Überblick über Methoden und Instrumente des Vertriebsmanagements zu geben. Anhand aktueller Themenstellungen aus der Praxis wird ihnen die Bedeutung und organisatorische Umsetzung von Wachstums- und Vertriebsstrategien im Unternehmensalltag nahegebracht. Die Studierenden lernen so, ihre Analyse- und Methodenkompetenz für praktische Problemstellungen zu schärfen und diese im Rahmen von Gruppenprozessen auch zu lösen.</p> <p><b>Growth and Sales Case Studies:</b>          Die Case Study vertieft die Inhalte des Kurses „Strategic Growth and Sales Management“. Die Studierenden wenden die erworbenen theoretischen Kenntnisse auf aktuelle Problemstellungen aus der Praxis zum Thema Wachstums- und Vertriebsstrategie an. Dabei bekommen sie neben praktischen Erfahrungen auch Einblick in unterschiedlichste Branchen (Dienstleistung, Retailing, Consumer Goods etc.) und die Spezifika anderer Länder.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<p>Die Vorlesung vermittelt zentrale theoretische Kenntnisse und Best Practices. Das wissenschaftliche Seminar befähigt zur selbstständigen Vertiefung eines wissenschaftlichen Themas. Der Transfer der in der Vorlesung vermittelten theoretischen Erkenntnisse auf ein Praxisproblem steht in der Case Study im Fokus.</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	<p>Es besteht eine enge Verzahnung mit der Wirtschaft. Einsatz der Online-Lernplattform Moodle.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>Siehe Moodle</p> <p><u>Empfohlene Literatur:</u></p> <p>Siehe Moodle</p>

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	<b>Schwerpunkt: International Brand and Sales Management</b> Modul: Strategic Market Research
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt International Brand and Sales Management gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Strategic Market Research:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strategic Market Research Management and Market Research Tools</b></li> <li>• <b>Market Research Seminar</b></li> <li>• <b>Market Research Case Studies</b></li> </ul>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jedes Wintersemester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zulassung zum MAM-Studium an der HNU</li> <li>• Beherrschung von Englisch in Wort und Schrift</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. S. G. Fabian
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Sascha G. Fabian
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	9 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. Selbststudium + Kontaktzeit) <sup>6</sup>	<u>Gesamtworkload: 270 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 80 Std. Selbststudium: 190 Std.
SWS	7 SWS

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Strategic Market Research (9 ECTS)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Strategic Market Research Management and Market Research Tools und</b></li> <li>• <b>Market Research Case Studies:</b> Studienarbeit und Präsentation</li> <li>• <b>Market Research Seminar:</b> Studienarbeit und Präsentation</li> </ul>
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Ziel des Moduls ist es, den Studierenden die Aufgaben und die Bedeutung einer umfassenden Informationsversorgung bezüglich Kunden und Konkurrenten im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit zu vermitteln.</p> <p>In der interaktiven Veranstaltung werden hierzu Konzepte und Methoden zur Lösung von Problemen aus der unternehmerischen Praxis behandelt. Die Vermittlung von Problemlösungskompetenzen in Verbindung mit Problemerkennungs- und Lösungskompetenz, kritischem und vernetztem Denken sowie selbstständige und kreative Anwendung des erlernten Fach- und Methodenwissens steht im Vordergrund. Letzteres wird im Besonderen durch das Konzeptionsseminar erreicht, in welchem die Studierenden ihr Wissen und ihre Fähigkeiten in einer realen Unternehmenssituation anwenden müssen. Die Aufgabenstellung des Konzeptionsseminars erfolgt durch einen Praxispartner / ein Unternehmen in Abstimmung mit dem Professor.</p> <p>Aufgrund der ausschließlich englischsprachigen Veranstaltungen wird zudem der Wortschatz der Studierenden sowie ihre Fähigkeit in englischer Sprache zu kommunizieren und zu präsentieren gefördert und verbessert. Hierdurch werden die Studierenden zusätzlich auf ein Arbeiten in einem internationalen Umfeld vorbereitet.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Marketing Research:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ The role of research in marketing</li> <li>○ The marketing research industry (not covered)</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Thinking like a researcher</li> <li>○ The marketing research process: An overview</li> <li>○ Clarifying the research question through secondary data and exploration</li> <li>○ The marketing research request and proposal process</li> <li>○ Ethics in marketing research</li> <li>• <b>The Design of Marketing Research:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Research design: An overview</li> <li>○ Case study AgriComp</li> <li>○ Qualitative studies</li> <li>○ Observation research</li> <li>○ Surveys and interviews</li> <li>○ Experiments and test markets</li> </ul> </li> <li>• <b>The Sources and Collection of Data:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Measurement</li> <li>○ Measurement scales</li> <li>○ Questionnaires and instruments</li> <li>○ Basic sampling concepts</li> <li>○ Determining sample size</li> </ul> </li> <li>• <b>Analysis and Presentation of Data</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Data preparation and description</li> <li>○ Exploring, displaying, and examining data</li> <li>○ An introduction to SSiWeb</li> <li>○ Hypothesis testing</li> <li>○ Measures of association</li> <li>○ Multivariate analysis: An overview</li> <li>○ Presenting insights and findings: Written and oral</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seminaristischer Unterricht mit Diskussion von Praxisbeispielen, Bearbeiten von Case Studies, Übungen, Gruppenarbeiten, Hausarbeiten, Präsentation und Diskussion von Ergebnissen im Plenum</li> <li>• Selektiver Einsatz von E-Learning (Moodle) im Rahmen eines didaktischen Gesamtkonzeptes</li> <li>• Im Rahmen des Konzeptionsseminars: Bearbeiten eines realen Praxisproblems. Den Studierenden wird ein Thema von einem Unternehmen vorgegeben, für das sie dann eine Marktforschungsstudie durchführen und daran anschließend ein Vertriebskonzept erarbeiten</li> </ul>

	müssen. Hierdurch werden sie befähigt, eigenständig komplexe Probleme des Market Research und des Vertriebs zu lösen.
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre: (jeweils neueste Auflage)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooper, D.R., Schindler, P.S.: <i>Marketing Research</i>, Mcgraw-Hill</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur: (jeweils neueste Auflage)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: <i>Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung</i>, Springer</li> <li>• Manual zur Sawtooth Software</li> <li>• George, D., Mallery, P.: <i>IBM SPSS Statistics 19 Step by Step. A Simple Guide and Reference</i>, Pearson</li> <li>• Janssen, J., Laatz, W.: <i>Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows</i>, Springer</li> <li>• Cooper, D.R., Schindler, P.S.: <i>Marketing Research</i>, Mcgraw-Hill</li> <li>• Field, A.: <i>Discovering Statistics Using SPSS</i>, Sage Publications</li> </ul>



## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Finance and Accounting Modul: Accounting
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Finance and Accounting gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Accounting:</b> <input type="checkbox"/> <b>Seminar</b> <input type="checkbox"/> <b>Internationale Bilanzierung</b> <input type="checkbox"/> <b>Konzernrechnungslegung</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Ein abgeschlossenes, einschlägiges wirtschaftswissenschaftliches Bachelorstudium oder ein fachfremdes Bachelorstudium und mindestens das erste Semester des MAM-Studiengangs der HNU.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul Accounting gehört zum Schwerpunkt Finance and Accounting des Studiengangs Master of Advanced Management. In seiner Ausgestaltung ist es grundsätzlich geeignet, auch in anderen Masterstudiengängen, die sich mit dem Themenfeld des Rechnungswesens beschäftigen, zur Anwendung zu kommen
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Hermann Demmel
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Seminar:</b> Prof. Dr. Hermann Demmel <input type="checkbox"/> <b>Internationale Bilanzierung:</b> Prof. Dr. Erik Rederer <input type="checkbox"/> <b>Konzernrechnungslegung:</b> Prof. Dr. Hermann Demmel

Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	12 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. <sup>6</sup> Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 360 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 80 Std. Selbststudium: 280 Std.
SWS	7 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Accounting</b> (12 ECTS) <input type="checkbox"/> <b>Seminar:</b> Studienarbeit <input type="checkbox"/> <b>Internationale Bilanzierung:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Konzernrechnungslegung:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	12 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Der anonyme Kapitalmarkt, an dem sich sowohl mittelständische als auch große Unternehmen mit den erforderlichen Finanzmitteln versorgen, hat sich in den vergangenen Jahren enorm ausgeweitet. In gleichem Umfang erhöhte sich die Bedeutung des externen Rechnungswesens, dessen Aufgabe es ist, die Eigen- und Fremdkapitalgeber mit Informationen über die Entwicklung des Unternehmens zu versorgen.</p> <p>Einen besonderen Stellenwert besitzen dabei die International Financial Reporting Standards (IFRS) und der Konzernabschluss. Seit 2005 sind kapitalmarktorientierte Mutterunternehmen verpflichtet, ihre Konzernabschlüsse nach IFRS zu erstellen.</p> <p>Ziel des Moduls Accounting ist es, die Studierenden auf eine leitende Position im Rechnungswesen eines Unternehmens vorzubereiten. Neben der Vertiefung des Stoffes stehen komplexe bilanzielle Einzelfragen im Mittelpunkt des Moduls.</p> <p>Nach dem erfolgreichen Abschluss des Moduls Jahresabschluss sollten die Studierenden in der Lage sein, einzelne Sachverhalte innerhalb des</p>

	<p>Jahresabschlusses selbstständig zu bearbeiten und nach einer angemessenen Einarbeitungszeit selbstständig einen Jahresabschluss zu erstellen. Außerdem sollen sie die wissenschaftliche Entwicklung des Themenfeldes Accounting aktiv vorantreiben.</p> <p>Das bevorzugte Einsatzfeld findet sich innerhalb einer verantwortlichen Position im Rechnungswesen eines Unternehmens.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Seminar:</b> Die Studierenden erarbeiten in Form einer wissenschaftlichen Arbeit ausgewählte Probleme aus dem Accounting und diskutieren diese anschließend im Plenum. Neben Sachverhalten, die sich an der gegenwärtigen Entwicklung innerhalb der Unternehmenspraxis orientieren, werden auch aktuelle Themen aus dem wissenschaftlichen Bereich des Accounting bearbeitet.</p> <p><b>Internationale Bilanzierung:</b> Im Rahmen der Veranstaltung werden die bedeutendsten internationalen Bilanzierungsregelwerke (IAS und US-GAAP) einer intensiven Auseinandersetzung unterzogen. Besondere Bedeutung besitzen dabei die jüngsten Entwicklungen innerhalb der internationalen Bilanzierung. Dies ist erforderlich, damit die Teilnehmer in der Lage sind, die IFRS kritisch zu beurteilen und die Grundsätze der Bilanzierung eigenständig anhand neuauftretender Einzelfälle deduktiv fortzuentwickeln.</p> <p><b>Konzernrechnungslegung:</b> Folgende Einzelthemen werden bearbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Konsolidierungskreis - Welche Unternehmen werden zu einem Konzernabschluss zusammengefasst.</li> <li><input type="checkbox"/> Handelsbilanz II - Gemeinsamer Ausweis und gemeinsame Bewertung bilden die Grundlage für die Konsolidierung. Hierzu gehört auch das Problem der Währungsumrechnung.</li> <li><input type="checkbox"/> Konsolidierungsmethoden - Kapital-, Zwischenerfolgs-, Schulden- sowie Aufwands-</li> </ul>

	<p>und Ertragskonsolidierung;</p> <p>Konsolidierung assoziierter Unternehmen erfolgt anhand der Equity-Methode.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht aus Vorlesung, Übung und Diskussion</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar: Anfertigen einer wissenschaftlichen Arbeit und anschließende Präsentation und Diskussion</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	<p>Innerhalb des Moduls findet regelmäßig eine Exkursion zu einer bedeutenden Wirtschaftsprüfungsgesellschaft statt. Außerdem wird Wert darauf gelegt, dass sich Experten aus der Unternehmenspraxis an den Veranstaltungen beteiligen.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Pellens, B., Fülbier, R., Gassen, J., Sellhorn, T.: <i>Internationale Rechnungslegung</i>, Schäffer-Poeschel (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Buchholz, R.: <i>Grundzüge des Jahresabschlusses nach HGB und IFRS</i>, Vahlen (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Baetge, J., Kirsch, H.-J., Thiele, S.: <i>Bilanzen</i>, IdW-Verlag (2011)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Coenenberg, A., Haller, A., Schultze, W.: <i>Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse</i>, Schäffer-Poeschel (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> IdW (Hrsg.): <i>WP-Handbuch</i>, IdW-Verlag (2012)</li> <li><input type="checkbox"/> Baetge, J., Kirsch, H.-J., Thiele, S.: <i>Konzernbilanzen</i>, IdW-Verlag (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Küting, K., Weber, C.-P.: <i>Konzernabschluss</i>, Schäffer-Poeschel (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Hommel, M., Rammert, S., Wüstemann, J.: <i>Konzernbilanzierung case by case</i>, Verlag Recht und Wirtschaft (2011)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Wüstemann, J.: <i>Bilanzierung case by case</i>, Verlag Recht und Wirtschaft (2011)</li><li><input type="checkbox"/> Hommel, M., Rammert, S.: <i>IFRS-Bilanzanalyse case by case</i>, Verlag Recht und Wirtschaft (2010)</li></ul>
--	---

### Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Finance and Accounting Modul: Controlling
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Finance and Accounting gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Controlling:</b> <input type="checkbox"/> <b>Seminar</b> <input type="checkbox"/> <b>Fallstudien zum Controlling</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Abgeschlossene erste Hälfte des Masterstudienganges (die ersten zwei Semester).
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Als betriebliche Querschnittsaufgabe kann das Modul mit allen anderen Schwerpunkten gut kombiniert werden.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Thomas Hänichen
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Seminar:</b> Prof. Dr. Hänichen <input type="checkbox"/> <b>Fallstudien zum Controlling:</b> Prof. Dr. Hänichen
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	9 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 270 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 57 Std. Selbststudium: 213 Std.
SWS	5 SWS <input type="checkbox"/> <b>Seminar: 3 SWS</b>

	<input type="checkbox"/> <b>Fallstudien zum Controlling:</b> 2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Seminar:</b> Seminararbeit <input type="checkbox"/> <b>Fallstudien im Controlling:</b> schriftliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Teilnehmer werden befähigt, die Aufgaben und Fragestellungen im modernen Controlling wahrzunehmen.</p> <p>Generelles Ziel der Veranstaltung ist es, den Studierenden neben den verschiedenen Funktionen des Controllings, über die Grundlagen des operativen und des strategischen Controllings hinaus zu vermitteln und sie in die Lage zu versetzen, spezifische Controlling-Konzepte entwickeln und umsetzen zu können.</p> <p>Zudem sollen die Studierenden anhand der Aufgaben die Charakteristika der verschiedenen Controlling-Instrumente und -Methoden erkennen und kritisch beurteilen können, in welchen Situationen welches Instrument zur Lösung der jeweiligen Fragestellung geeignet ist.</p> <p>Die Teilnehmer sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> das Controlling als Teilbereich des betrieblichen Informationssystems erkennen und als Steuerungsinstrument begreifen,</li> <li><input type="checkbox"/> alle wichtigen, in der Praxis angewandten Methoden des Controllings kennen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> den Einfluss „weicher Faktoren“ nicht aus den Augen verlieren.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Der Studienschwerpunkt Controlling umfasst folgende Lehrveranstaltungen:</p> <p><b>Seminar:</b> Im Rahmen des Seminars bearbeiten die Studierenden neben den theoretischen Aspekten eines Businessplans auch ihre eigene Idee zur</p>

	<p>Gründung eines Unternehmens in Form eines Businessplans und diskutieren diesen anschließend im Rahmen einer Präsentation.</p> <p><b>Fallstudien zum Controlling:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einleitung</li> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen des Controllings</li> <li><input type="checkbox"/> Einstieg: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> <li>○ Fallstudie zum ergebnis-, liquiditäts- und wertorientierten Controlling</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Fallstudien zum ergebnisorientierten Controlling <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fallstudie zu Entscheidungen auf Basis von Voll- und Teilkostenrechnung</li> <li>○ Fallstudie zu Entscheidungen auf Basis von Plankostenrechnungssystemen</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Fallstudie zum liquiditätsorientierten Controlling auf Basis der integrierten Finanzplanung <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Cash-Flow Rechnung</li> <li>○ Entwicklung d. Netto-Umlaufvermögens</li> <li>○ Planung Investitionen/Desinvestition</li> </ul> </li> <li><input type="checkbox"/> Fallstudie zum wertorientierten Controlling auf Basis des EVA-Konzeptes <ul style="list-style-type: none"> <li>○ EVA</li> <li>○ WACC</li> </ul> </li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesungen, Diskussionen, Gruppenarbeiten, Selbststudium, Literaturarbeit, Präsentationen und Planspiele
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Exkursionen und Gastvorträge
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>-</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Deimel, K., Iseman, R., Müller, S.: <i>Kosten- und Erlösrechnung</i>, Pearson Studium (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Müller, W.: <i>Integrierte Erfolgs- und</i></li> </ul>



	<p><i>Finanzplanung</i>, Shaker Verlag (2004)</p> <p><input type="checkbox"/> Mensch, G.: <i>Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle</i>, Oldenbourg (2008)</p>
--	--

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Finance and Accounting Modul: Taxation
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Finance and Accounting gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Taxation:</b> <input type="checkbox"/> <b>Seminar im Steuerrecht</b> <input type="checkbox"/> <b>Fälle zum Steuerrecht</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Wintersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Zulassung zum MAM-Studium an der HNU
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Zusammenhänge bestehen insbesondere mit den Modulen Rechnungswesen, Controlling, Finanzierung.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Christian Joos
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Christian Joos
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	9 ECTS
Gesamtworkload und ihre	<u>Gesamtworkload: 270 Std., davon:</u>

für die Vergabe von • Seminar im	Steuerrecht: Studienarbeit
Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	Präsenzzeit: 57 Std. Selbststudium: 213 Std.
SWS	5 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Taxation (9 ECTS)</b> <input type="checkbox"/> <b>Fälle zum Steuerrecht:</b> schriftliche Prüfung (90 Min.)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	9 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden mit den Problemstellungen der betrieblichen Steuern fachlich qualifiziert umgehen können. In der interaktiven Veranstaltung werden hierzu wichtige steuerliche Fragestellungen aus der betrieblichen Praxis behandelt. Dabei steht die Vermittlung von Problemerkennungs- und Lösungskompetenzen sowie die selbstständige Anwendung des erlernten Fach- und Methodenwissens im Vordergrund.
	Basierend auf den relevanten theoretischen und praktischen Grundlagen, Fallbeispielen, Gruppenarbeiten und -präsentationen, Diskussionen von Praxisbeispielen und Übungen werden die Studierenden in den drei Grundlagenfächern befähigt, die vermittelten Konzepte und Vorgehensweisen selektiv und kritisch zur Lösung praktischer steuerlicher Fragestellungen anzuwenden.
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<input type="checkbox"/> Bilanzsteuerrecht <input type="checkbox"/> Gewerbesteuer <input type="checkbox"/> Körperschaftsteuer
	<input type="checkbox"/> Umsatzsteuer <input type="checkbox"/> Erbschaftsteuer <input type="checkbox"/> Internationales Steuerrecht
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht <input type="checkbox"/> Seminar
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	

	<p>Literatur Pflichtlektüre: (in jeweils neuester Auflage) (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Schmidt, L.: Einkommensteuergesetz. Kommentar, C.H.Beck (2009)</li> </ul> <p>Zur Ergänzung empfohlene Literatur: (in jeweils neuester Auflage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Heinhold, M., Hüsing, S., Kühnel, M., Streif, D.: <i>Besteuerung der Gesellschaften</i>, nwb (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Mayer, W.: <i>Steuerrecht I. Bewertungsrecht, Erbschaftsteuer, Grundsteuer</i>, Kohlhammer (2010)</li> </ul>
--	--

- ☐ Mayer, W.: *Steuerrecht II. Einkommensteuer*, Kohlhammer (2010)
- ☐ Mayer, W.: *Steuerrecht III. Bilanzsteuerrecht*, Kohlhammer (2011)
- ☐ Wilke, K.-M.: *Lehrbuch internationales Steuerrecht*, nwb (2012)
- ☐ Koltermann, J.: *Fallsammlung Bilanzsteuerrecht*, nwb (2011)
- ☐ Wehrheim, M., Renz, A.: *Die Handels- und Steuerbilanz*, Vahlen (2011)

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: Business Intelligence und Management-Informationssysteme
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Business Intelligence und Management-Informationssysteme:</b> <input type="checkbox"/> <b>OLAP-Analyse und Data-Mining</b> <input type="checkbox"/> <b>Data Warehousing und Management-Cockpits</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement denkbar.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Philipp Brune
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Philipp Brune Prof. Dr. Thomas Bauer Prof. Dr. Olaf Jacob
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 35 Std. Selbststudium: 115 Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung	<input type="checkbox"/> <b>OLAP-Analyse und Data-Mining:</b> Studienarbeit

für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Data Warehousing und Management-Cockpits:</b> Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Teilnehmer sollen am Ende des Moduls:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> die Unterschiede zwischen operativen (transaktionalen) und dispositiven, analytischen Informationssystemen technisch und fachlich verstehen (OLTP vs. OLAP),</li> <li><input type="checkbox"/> die Grundkonzepte von relationalen, multi-dimensionalen sowie von aktuellen Trends wie Real-Time- und Non-SQL-Datenmodellen und Datenbanksystemen im Bereich des Data Warehousing und als Basis von analytischen Informationssystemen beherrschen und diese praktisch einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Werkzeuge, Methoden und Schnittstellentechnologien zur Belieferung von Data Warehouses (z. B. Extract-Transform-Load (ETL)-Werkzeuge) verstehen und einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> die wichtigsten Methoden des Data-Mining und der Statistik in diesem Bereich verstehen und mittels geeigneter Werkzeuge praktisch einsetzen können (z. B. Korrelationsfunktionen, Zeitreihenanalyse, Support Vector Machines),</li> <li><input type="checkbox"/> die wichtigsten Konzepte von analytischen Informationssystemen (Business Intelligence) verstehen und auf betriebliche Situationen anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> die wichtigsten Marktteilnehmer und Produkte im Bereich der analytischen Informationssysteme kennen, vergleichen und auswählen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Aufbau, Einsatzgebiete und Einführung von Management Cockpits und deren betriebswirtschaftliche Funktion und Bedeutung verstehen und anwenden können.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> OLAP- und OLTP-Anwendungen</li> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen und Trends von Data Warehouse-Datenbanken</li> </ul>

	<input type="checkbox"/> Data Warehousing und ETL-Tools <input type="checkbox"/> Data-Mining Methoden und Werkzeuge <input type="checkbox"/> Business Intelligence <input type="checkbox"/> Management Cockpits und Management-Informationssysteme (MIS)
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Selbststudium, Coaching der Studienarbeit
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<u>Pflichtlektüre:</u> <input type="checkbox"/> Gluchowski, P., Gabriel, R., Dittmar, C.: <i>Management Support Systeme und Business Intelligence. Computergestützte Informationssysteme für Fach- und Führungskräfte</i> , Springer (2008) <input type="checkbox"/> Chamoni, P., Gluchowski, P. (Hrsg.): <i>Analytische Informationssysteme: Business Intelligence-Technologien und -Anwendungen</i> , Springer (2010) <input type="checkbox"/> Bauer, A., Günzel, H. (Hrsg.): <i>Data-Warehouse-Systeme: Architektur, Entwicklung, Anwendung</i> , dpunkt (2008) <input type="checkbox"/> Kemper, A., Eickler, A.: <i>Datenbanksysteme</i> , Oldenbourg (2004)

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: Consulting-Methoden
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Consulting-Methoden:</b> <input type="checkbox"/> <b>Methoden und Techniken</b> <input type="checkbox"/> <b>Beratungsprojekt</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jährlich
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 23 Std. Selbststudium: 127 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Consulting-Methoden (5 ECTS)</b> <input type="checkbox"/> <b>Methoden und Techniken:</b> Referat (15 Min.) <input type="checkbox"/> <b>Beratungsprojekt:</b> Studienarbeit



Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Studierenden lernen den Beratungsmarkt kennen und können verschiedene Anbieter klassifizieren. Sie verstehen den Prozess des Beratungsgeschäfts und können die wichtigsten Phasen inhaltlich wiedergeben. Breiten Raum nimmt weiterhin die Besprechung von Techniken und Methoden ein, wobei klar Präsentationstechniken im Vordergrund stehen. Durch mehrere Präsentationen mit detailliertem Feedback soll hier ein hohes Niveau erreicht werden.</p> <p>Breiten Raum nimmt darüber hinaus das Beratungsprojekt ein, welches zusammen mit einer externen Unternehmensberatung durchgeführt wird.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Es wird eine aktuelle Übersicht über den Beratungsmarkt und die wichtigsten Firmen gegeben, der Prozess des Beratungsgeschäfts erläutert und verschiedene Techniken und Methoden besprochen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einführung und Sicht auf den Markt</li> <li><input type="checkbox"/> Der Beratungsprozess</li> <li><input type="checkbox"/> Projektmanagement im Consulting</li> <li><input type="checkbox"/> Methoden und Techniken des Consulting</li> <li><input type="checkbox"/> Beratungsprojekt</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Studienarbeit/Beratungsprojekt wird zusammen mit einer externen Unternehmensberatung absolviert.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>-</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Niedereichholz, C.: <i>Unternehmensberatung 1</i>, Oldenbourg, 5., vollständig neu bearbeitete Auflage (2010)</li> </ul>

	<input type="checkbox"/> Niedereichholz, C.: <i>Unternehmensberatung 2</i> , Oldenbourg, 5., vollständig neu bearbeitete Auflage (2008)
--	---

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: Enterprise Application Engineering
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Enterprise Application Engineering:</b> <input type="checkbox"/> <b>Verteilte Unternehmens- und Web-Anwendungen - Usability, GUI-Design und Software Engineering</b> <input type="checkbox"/> <b>Qualitätssicherung und -Management</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement denkbar.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Philipp Brune
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Philipp Brune Prof. Danny Franzreb
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 35 Std. Selbststudium: 115 Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von	<input type="checkbox"/> <b>Verteilte Unternehmens- und Web-Anwendungen - Usability, GUI-Design und</b>

Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Software Engineering:</b> Projekt/Studienarbeit <input type="checkbox"/> <b>Qualitätssicherung und -Management:</b> Projekt/Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Teilnehmer sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> den Softwareentwicklungsprozess von Unternehmensanwendungen grundsätzlich verstehen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> die Tätigkeiten und Ziele in den Phasen des Software-Entwicklungsprozesses kennen und diese in der jeweiligen Rolle ausführen können,</li> <li><input type="checkbox"/> die relevanten Vorgehensmodelle zur Entwicklung von Unternehmensanwendungen kennen, bewerten und geeignet einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> die Konzeption und das Design von verteilten Unternehmensanwendungen verstehen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> den Aufbau, die Funktionsweise und die Einsatzgebiete der für Unternehmensanwendungen heute relevanten Anwendungsarchitekturen, Software-Komponenten und Technologien verstehen und diese geeignet einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> verstehen, was Qualität ist, und die Qualitätsplanung in einem Projekt durchführen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Maßnahmen zur Qualitätssicherung bewerten und geeignet einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Qualitätsstandards in der Softwareentwicklung bewerten und einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> den Testprozess verstehen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> Verfahren zur Testfallermittlung beherrschen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> Techniken des Test-driven Development (TDD) beherrschen und einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Metriken in der Softwareentwicklung bewerten</li> </ul>

	<p>und geeignet einsetzen können,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> das Controlling im QM und den QM-Abschluss verstehen und durchführen können,</li> <li><input type="checkbox"/> in einem heterogenen Projektteam an der Entwicklung einer verteilten Unternehmensanwendung arbeiten können,</li> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen der Gestaltung für digitalen Medien verstehen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Anforderungen im Zusammenhang mit Human Computer Interaction an Unternehmensanwendungen kennen.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Anforderungsanalyse und Fachkonzeption</li> <li><input type="checkbox"/> Vorgehensmodelle</li> <li><input type="checkbox"/> Technisches Design von Unternehmensanwendungen</li> <li><input type="checkbox"/> Qualitätsbegriff in der Softwaretechnik</li> <li><input type="checkbox"/> Qualitäts- und Testmanagement, Methoden zur Erreichung von Qualität</li> <li><input type="checkbox"/> Metriken in der Softwareentwicklung und formale Korrektheit</li> <li><input type="checkbox"/> Qualitätsstandards</li> <li><input type="checkbox"/> Rolle und Aufgaben des Qualitätsmanagers</li> <li><input type="checkbox"/> Gestaltungsgrundlagen für digitale Medien</li> <li><input type="checkbox"/> Grundlagen Human Computer Interaction und User Experience Design</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<p>Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Literaturarbeit, Fallstudien, Lernen durch Lehren (Vorträge), Selbststudium, Coaching im Rahmen der Projektarbeiten</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	<p>Möglichst reales Software-Entwicklungsprojekt mit einem Praxispartner als Projektarbeit, Projektteams mit unterschiedlichen Vorgehensmodellen (sequentiell/agil) mit Vergleich der gemachten Erfahrungen.</p>

<p><b>Literatur</b> (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u><b>Pflichtlektüre:</b></u></p> <p>-</p> <p><u><b>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</b></u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Sommerville, I.: <i>Software Engineering</i>, Pearson Studium (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Ludewig, J., Lichter, H.: <i>Software Engineering</i>, dpunkt (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Gamma, E., Helm, R., Johnson, R., Vlissides, J.: <i>Entwurfsmuster</i>, Addison-Wesley (2001)</li> <li><input type="checkbox"/> Oestereich, B.: <i>Objektorientierte Softwareentwicklung. Analyse und Design mit der UML 2.0</i>, Oldenbourg (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Cockburn, A.: <i>Agile Software Development. The Cooperative Game (2nd Edition)</i>, Addison-Wesley Professional (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Beck, K., Andres, C.: <i>Extreme Programming Explained. Embrace Change (2nd Edition)</i>, Addison-Wesley Professional (2004)</li> <li><input type="checkbox"/> Schwaber, K., Beedle, M.: <i>Agile Software Development with SCRUM</i>, Prentice Hall (2001)</li> <li><input type="checkbox"/> Stephens, M., Rosenberg, D.: <i>Extreme Programming Refactored. The Case Against XP</i>, Apress (2003)</li> <li><input type="checkbox"/> Brown, W., Malveau, R., McCormick, H., Mowbray, T.: <i>Anti-Patterns</i>, mitp (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Spillner, A., Linz, T.: <i>Basiswissen Softwaretest</i>, dpunkt, 3. Auflage (2005)</li> <li><input type="checkbox"/> Liggesmeyer, P.: <i>Software-Qualität. Testen, Analysieren und Verifizieren von Software</i>, Spektrum Verlag (2002)</li> <li><input type="checkbox"/> Beck, K.: <i>Test-Driven Development. By Example</i>, Addison-Wesley (2003)</li> <li><input type="checkbox"/> Black, R.: <i>Advanced Software Testing</i>, Vol. 1-2, Rocky Nook (2009)</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>□ Kan, S.: <i>Metrics and Models in Software Quality Engineering</i>, Addison-Wesley (2003)</li><li>□ Vogenschow, U.: <i>Objektorientiertes Testen und Testautomatisierung in der Praxis</i>, dpunkt (2005)</li><li>□ Burghardt, M.: <i>Projektmanagement. Leitfaden für die Planung, Überwachung und Steuerung von Projekten</i>, Publicis Publishing, 7. Auflage (2006)</li><li>□ Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D.: <i>About Face 3. The Essentials of Interaction Design</i>, Wiley Publishing, Indianapolis (2007)</li><li>□ Goodwin, K.: <i>Designing for the Digital Age. How to Create Human-Centered Products and Services</i>, Wiley Publishing, Indianapolis (2009)</li></ul>
--	--

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: Geschäftsprozessmanagement
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Geschäftsprozessmanagement:</b> <input type="checkbox"/> <b>Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen im Unternehmen</b> <input type="checkbox"/> <b>Branchenspezifische Geschäftsprozesse</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement denkbar.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 35 Std. Selbststudium: 115 Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen im Unternehmen: Klausur</b> <input type="checkbox"/> <b>Branchenspezifische Geschäftsprozesse:</b>



	Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das Modul bietet den Studierenden einen praxisorientierten und aktuellen Überblick über Methoden der Geschäftsprozessmodellierung und besondere, branchenspezifische Geschäftsprozesse, die z. B. bei der Entwicklung von Branchenlösungen berücksichtigt werden müssen.</p> <p><b>Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen im Unternehmen:</b> Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ziel und Nutzen einer Prozessorientierung, wesentliche Rollen und Aufgaben des Geschäftsprozessmanagements erläutern können,</li> <li><input type="checkbox"/> Ebenen, Phasen und Sichten der Prozessmodellierung verstehen und voneinander abgrenzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Sinn und Einsatzzwecke von Modellen verstehen und erläutern können,</li> <li><input type="checkbox"/> Geschäftsprozesse als Input/Output-Diagramm, eEPK und in BPMN modellieren können,</li> <li><input type="checkbox"/> die wesentlichen Entwicklungsschritte des Geschäftsprozessmanagements, deren Kernideen und Protagonisten nachvollziehen und zeitlich einordnen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Schwachstellen in vorliegenden Geschäftsprozessen auffinden und konkrete Verbesserungsvorschläge machen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Lean-Methoden zur Verbesserung eines Prozesses einbringen können.</li> </ul> <p><b>Branchenspezifische Geschäftsprozesse:</b> Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> den Branchenbegriff erläutern und Branchen anhand von Katalogen oder Kriterien</li> </ul>

	<p>segmentieren können,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> eine Branchenanalyse anhand von Sekundärinformationen durchführen können,</li> <li><input type="checkbox"/> die Geschäftsprozesse einer Branche strukturieren, erläutern und anhand ihrer Wettbewerbsrelevanz klassifizieren können,</li> <li><input type="checkbox"/> Branchenrelevante Anwendungssysteme kennen und ermitteln können.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Analyse und Modellierung von Geschäftsprozessen im Unternehmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Geschäftsprozesse und Geschäftsprozessmanagement</li> <li><input type="checkbox"/> Entwicklung des Geschäftsprozessmanagements</li> <li><input type="checkbox"/> Dokumentation/Modellierung von Geschäftsprozessen</li> <li><input type="checkbox"/> Analyse und Design von Geschäftsprozessen</li> </ul> <p><b>Branchenspezifische Geschäftsprozesse:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Branchen - Definition, Klassifizierung und Segmentierung</li> <li><input type="checkbox"/> Branchenanalyse</li> <li><input type="checkbox"/> Branchenspezifische Geschäftsprozesse</li> <li><input type="checkbox"/> Branchenorientierte Anwendungssysteme/ Branchenlösungen</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien , Selbststudium, Coaching der Studienarbeit
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Gadatsch, A.: <i>Grundkurs Geschäftsprozess-Management</i>, Vieweg+Teubner Verlag, 6., akt. Aufl. (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Allweyer, T.: <i>BPMN 2.0. Business Process Model</i></li> </ul>

	<p><i>and Notation. Einführung in den Standard für die Geschäftsprozessmodellierung</i>, Books on Demand (2009)</p> <p><input type="checkbox"/> Porter, M.: <i>Wettbewerbsstrategie. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten</i>, Campus, 11. Auflage (2008)</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <p><input type="checkbox"/> Hagemann Snabe, J., Rosenberg, A., Møller, C., Scavillo, M.: <i>Business Process Management. The SAP Roadmap</i>, SAP PRESS (2008)</p> <p><input type="checkbox"/> Fischermanns, G.: <i>Praxishandbuch Prozessmanagement</i>, Schmidt (Götz), Wettenberg (2011), Grafiken hierzu:  <a href="http://www.goetz-schmidt-verlag.de/index.php?id=61">http://www.goetz-schmidt-verlag.de/index.php?id=61</a></p>
--	--

## **Modulbeschreibung**

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: IT-Anwendungen
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>IT-Anwendungen:</b> <input type="checkbox"/> <b>Enterprise Applications</b> <input type="checkbox"/> <b>Information Integration und Integrationsarchitekturen</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement denkbar.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt Prof. Dr. Philipp Brune
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 35 Std. Selbststudium: 115 Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Enterprise Applications:</b> Klausur <input type="checkbox"/> <b>Information Integration und Integrationsarchitekturen:</b> Studienarbeit

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das Modul bietet den Studierenden einen praxisorientierten und aktuellen Überblick über im Unternehmen eingesetzte Applikationen und deren Architektur und Integrationsmöglichkeiten.</p> <p><b>Enterprise Applications:</b> Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> den Begriff Enterprise Application differenziert erläutern können,</li> <li><input type="checkbox"/> Nutzen, Einsatzzweck und Funktionen prozessunterstützender und prozessübergreifender Applikationen analysieren und beschreiben können,</li> <li><input type="checkbox"/> eine Enterprise-Architektur im praktischen Fall anhand der bestimmenden Objekte analysieren und definieren können.</li> </ul> <p><b>Information Integration und Integrationsarchitekturen:</b> Am Ende der Veranstaltung sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Prozessorientierte Integrationsarchitekturen als Teil von Unternehmens-IT-Architekturen verstehen und bewerten können,</li> <li><input type="checkbox"/> die relevanten Ansätze, Konzepte und Methoden zum Entwurf, der Implementierung und der Weiterentwicklung (Evolution) von Integrationsarchitekturen verstehen und anwenden können.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Enterprise Applications:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Teil 1 - Enterprise Applications &amp; Enterprise Architecture</li> <li><input type="checkbox"/> Teil 2 - Klassifikation von Enterprise Applications</li> <li><input type="checkbox"/> Teil 3 - Prozessunterstützende Enterprise Applications</li> <li><input type="checkbox"/> Teil 4 - Prozessübergreifende Enterprise</li> </ul>

	<p>Applications</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Teil 5 - Enterprise Application Management als Teil des Enterprise Architecture Managements</li> </ul> <p><b>Information Integration und Integrationsarchitekturen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Konstruktion von Integrationsarchitekturen</li> <li><input type="checkbox"/> Evolution von Integrationsarchitekturen</li> <li><input type="checkbox"/> Bewertung und Evaluierung von Integrationsarchitekturen</li> <li><input type="checkbox"/> Wiederverwendung von Integrationsarchitekturen</li> <li><input type="checkbox"/> Beispiele von Integrationsarchitekturen (z. B. SOA, EAI)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien , Selbststudium, Coaching der Studienarbeit
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
<p>Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)</p>	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Kurbel, K.: <i>Enterprise Resource Planning und Supply Chain Management in der Industrie</i>, Oldenbourg, 7. Auflage (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Hanschke, I.: <i>Strategisches Management der IT-Landschaft</i>, Hanser, 2. Auflage (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Schönsleben, P.: <i>Integrales Informationsmanagement. Informationssysteme für Geschäftsprozesse</i>, Springer (2001)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Linthicum, D.: <i>Enterprise Application Integration</i>, Addison-Wesley (2000)</li> <li><input type="checkbox"/> Keller, W.: <i>Enterprise Application Integration</i>, dpunkt (2002)</li> <li><input type="checkbox"/> Josuttis, N.: <i>SOA in der Praxis. System-Design für verteilte Geschäftsprozesse</i>, dpunkt (2008)</li> </ul>



## **Modulbeschreibung**

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: IT-Recht und Informationssicherheit
Semester oder Trimester	3. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<input type="checkbox"/> <b>IT-, Medien- und Urheberrecht</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Sicherheit</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement denkbar.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Philipp Brune
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Philipp Brune Recht: Prof. Dr. Ulrike Trägner (Lehrbeauftragte)
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	5 ECTS
Gesamtwockload und ihre Zusammensetzung (z. B. <sup>6</sup> Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtwockload: 150 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 35 Std. Selbststudium: 115 Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<input type="checkbox"/> <b>IT-, Medien- und Urheberrecht:</b> Studienarbeit <input type="checkbox"/> <b>IT-Sicherheit:</b> Studienarbeit



Gewichtung der Note in der Gesamtnote	5 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Teilnehmer sollen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> die straf- und zivilrechtlichen Randbedingungen und Anforderungen durch die einschlägigen Gesetze - insbesondere hinsichtlich der Informationssicherheit - an kommerzielle IT-Systeme und im e-Commerce verstehen und bewerten können,</li> <li><input type="checkbox"/> konkrete Fälle im Umfeld von IT-Systemen juristisch bewerten können,</li> <li><input type="checkbox"/> den Begriff der IT-Sicherheit kennen und verstehen,</li> <li><input type="checkbox"/> die Sicherheitsanforderungen von IT-Systemen bestimmen und beschreiben können,</li> <li><input type="checkbox"/> wichtige Sicherheitsprobleme von IT-Anwendungen und -Infrastrukturen kennen und verstehen,</li> <li><input type="checkbox"/> die adäquaten Gegenmaßnahmen verstehen und anwenden können,</li> <li><input type="checkbox"/> relevante Methoden des IT-Sicherheitsmanagements als Bestandteil des Unternehmens-Sicherheitsmanagements kennen, verstehen und einsetzen können.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Rechtliche Grundlagen</li> <li><input type="checkbox"/> Relevante Gesetze, Verordnungen und ihre Bedeutung</li> <li><input type="checkbox"/> Verfassen von juristischen Stellungnahmen</li> <li><input type="checkbox"/> Begriff der IT-Sicherheit</li> <li><input type="checkbox"/> Sicherheitsprobleme und Angriffsvektoren</li> <li><input type="checkbox"/> Gegenmaßnahmen</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Sicherheitsmanagement</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien, Selbststudium, Coaching der Studienarbeit

Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <p>-</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Speichert, H.: <i>Praxis des IT-Rechts: Praktische Rechtsfragen der IT-Sicherheit und Internetnutzung</i>, Vieweg+Teubner (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Eckert, C.: <i>IT-Sicherheit</i>, Oldenbourg (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Poguntke, W.: <i>Basiswissen IT-Sicherheit</i>, W3L (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Fakos, A.: <i>Sichere Webanwendungen</i>, VDM (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Pohlmann, N., Blumberg, H.: <i>Der IT-Sicherheitsleitfaden</i>, mitp (2006)</li> <li><input type="checkbox"/> Müller, K.-R.: <i>IT-Sicherheit mit System</i>, Vieweg+Teubner (2003)</li> <li><input type="checkbox"/> Schneier, B.: <i>Angewandte Kryptographie</i>, Pearson Studium (2006)</li> </ul>

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: International Brand and Sales Management Modul: Conceptual Seminar
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt International Brand and Sales Management gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Conceptual Seminar:</b> <input type="checkbox"/> <b>Market Research</b> <input type="checkbox"/> <b>Brand Management</b> <input type="checkbox"/> <b>Strategic Growth and Sales Management</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Sommersemester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	<input type="checkbox"/> Zulassung zum MAM-Studium an der HNU <input type="checkbox"/> Beherrschung von Englisch in Wort und Schrift <input type="checkbox"/> vorangegangene Veranstaltungen im Rahmen des Moduls (Vorlesung Market Research, Case Study, Term Paper)
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Sascha G. Fabian
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Sascha G. Fabian
Lehrsprache	Deutsch und Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	12 ECTS
Gesamtworkload und ihre	<u>Gesamtworkload: 360 Std., davon:</u>

Zusamm	9 SWS
ensetzun g (z. B. 6 SWS Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Conceptual Seminar</b> (12 ECTS) <input type="checkbox"/> <b>Market Research:</b> Studienarbeit (4 ECTS) <input type="checkbox"/> <b>Brand Management:</b> Studienarbeit (4 ECTS) <input type="checkbox"/> <b>Strategic Growth and Sales Management:</b> Studienarbeit (4 ECTS)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<input type="checkbox"/> <b>Allgemeine Ziele:</b> Im Rahmen des Konzeptionsseminars werden im Rahmen der angewandten Forschung spezifische Aufgaben- und Problemstellungen aus der Praxis durch studentische Teams unter Anleitung des Dozenten bearbeitet. Die Studenten bearbeiten in 5-6 Wochen die Problemstellung mit den an der Hochschule erlernten Analysewerkzeugen/Best Practice-Methoden.  <input type="checkbox"/> <b>Spezialisierte Zielsetzung:</b> Anwendung von Best Practice-Methoden im Bereich Marketing. Sicherheit im Auftreten/Präsentieren gegenüber herausragenden Vertretern aus der Wirtschaft (Vorstände/Geschäftsführer/Marketingleiter/Vertriebsleiter). Kontaktaufnahme mit den Experten aus der Praxis für spätere Beschäftigungsmöglichkeiten (Praktika, Festanstellungen).
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	Pro Semester wird ein Unternehmen (Ebene Geschäftsführung/Vorstand/Marketingleiter/Vertriebsleiter) aus der Praxis eingeladen, das den Studierenden Aufgaben aus der beruflichen Praxis stellt. Die Studierenden präsentieren Lösungen, und diese werden zusammen mit den Experten diskutiert. Beispielfirmen, die bereits an der Hochschule waren: Baunit, Hermann Bantleon GmbH, Weber-Stephen.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht <input type="checkbox"/> Seminar <input type="checkbox"/> Präsentationen
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Es besteht eine enge Verzahnung mit der Wirtschaft; Einsatz der Online-Lernplattform Moodle.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene	<u>Pflichtlektüre:</u> -

Literatur)	<p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: <i>Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung</i>, Springer (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Manual zur Sawtooth Software</li> <li><input type="checkbox"/> George, D., Mallery, P.: <i>IBM SPSS Statistics 19 Step by Step. A Simple Guide and Reference</i>, Pearson (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Janssen, J., Laatz, W.: <i>Statistische Datenanalyse mit SPSS für Windows</i>, Springer (2002)</li> <li><input type="checkbox"/> Cooper, D.R., Schindler, P.S.: <i>Marketing Research</i>, Mcgraw-Hill (2005)</li> <li><input type="checkbox"/> Field, A.: <i>Discovering Statistics Using SPSS</i>, Sage Publications (2009)</li> </ul>
------------	---

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Finance and Accounting Modul: Finance
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Finance and Accounting gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>Finance:</b> <input type="checkbox"/> <b>Finance-Seminar</b> <input type="checkbox"/> <b>Financial Management</b> <input type="checkbox"/> <b>Treasury</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils zum Sommersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Das Modul ist grundsätzlich auch für andere Master-Studiengänge geeignet. Generell auch gut in Weiterbildungsstudiengängen der HNU für Nicht-Betriebswirte (Ärzte, Ingenieure etc.) denkbar, bspw. beim Thema Finanzinstrumente.
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stefan R. Mayer
Name der/des Hochschullehrer/s	<input type="checkbox"/> <b>Finance-Seminar:</b> Prof. Dr. Stefan R. Mayer <input type="checkbox"/> <b>Financial Management:</b> Prof. Dr. Rederer <input type="checkbox"/> <b>Treasury:</b> Prof. Dr. Wohler
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	12 ECTS

Gesamtworload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworload: 360 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 80 Std. Selbststudium: 280 Std.
SWS	7 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Finance</b> (12 ECTS-Credits) <input type="checkbox"/> <b>Finance-Seminar:</b> Studienarbeit <input type="checkbox"/> <b>Financial Management:</b> Studienarbeit <input type="checkbox"/> <b>Treasury:</b> Studienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	12 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p><b>Finance-Seminar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden werden in die Lage versetzt, finanzwirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und entsprechende Modelle für die Praxis zu nutzen.</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sind nach der Veranstaltung befähigt, wissenschaftlich zu arbeiten und die Ergebnisse ihrer wissenschaftlichen Arbeit angemessen zu präsentieren und vertreten.</li> </ul> <p><b>Financial Management:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sollen komplexere betriebliche Finanzprobleme analysieren und lösen können.</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sollen Finanzplanungen erstellen und analysieren können.</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sollen finanzielle Risiken erkennen und damit umgehen können.</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sollen das Wesen einer Unternehmensbewertung verstehen und selbst eine einfache Unternehmensbewertung durchführen können.</li> </ul> <p><b>Treasury:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden kennen die Aufgaben des Treasury und die wesentlichen eingesetzten Produkte und Methoden.</li> <li><input type="checkbox"/> Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse hinsichtlich Produkten</li> </ul>

	und Methoden zu kombinieren und somit neue
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Problemstellungen des Treasury zu lösen.</p> <p><b>Finance-Seminar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminararbeit</li> <li><input type="checkbox"/> Präsentation</li> </ul> <p><b>Financial Management:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Finanzplanung</li> <li><input type="checkbox"/> Risikomanagement</li> <li><input type="checkbox"/> Unternehmensbewertung</li> </ul> <p><b>Treasury:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Aufgaben der Treasury-Funktion</li> <li><input type="checkbox"/> Treasury-Produkte</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Risikomanagement und -controlling</li> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Theoretische Vermittlung des Stoffes in der</li> </ul>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Vorlesung und anschließende Bearbeitung von Fallstudien
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><b>Finance-Seminar:</b></p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Disterer, G.: <i>Studienarbeiten schreiben. Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften</i>, Springer (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Zelazny, G.: <i>Wie aus Zahlen Bilder werden. Der Weg zur visuellen Kommunikation</i>, Gabler (2005)</li> </ul> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Theisen, M.R.: <i>ABC des wissenschaftlichen Arbeitens. Erfolgreich in Schule, Studium und Beruf</i>, dtv (2006)</li> </ul> <p><b>Financial Management:</b></p> <p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Teile aus: Peemöller, V. (Hrsg.): <i>Praxishandbuch der Unternehmensbewertung</i>, nwb (2009)</li> <li><input type="checkbox"/> Wolke, T.: <i>Risikomanagement</i>, Oldenbourg (2008)</li> </ul>



	<p><u>Zur Ergänzung Empfohlene Literatur:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Loderer, C., Jörg, P., Zraggen, P.: <i>Handbuch der Bewertung Bd. 2</i>, Nzz Libro (2010)</li> <li><input type="checkbox"/> Volkart, R.: <i>Corporate Finance</i>, Versus (2008)</li> <li><input type="checkbox"/> Ehrmann, H.: <i>Unternehmensplanung</i>, Kiehl (2007)</li> <li><input type="checkbox"/> Higgins, R.C.: <i>Analysis for Financial Management</i>, Mcgraw-Hill (2001)</li> <li><input type="checkbox"/> Palepu, K., Healey, P., Bernard, V.: <i>Business Analysis and Valuation</i>, South Western (2003)</li> </ul> <p><b>Treasury:</b>  <u>Pflichtlektüre:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Hull, J.C.: <i>Options, Futures and Other Derivatives</i>, Prentice Hall International (2011)</li> <li><input type="checkbox"/> Wolke, T.: <i>Risikomanagement</i>, Oldenbourg (2008)</li> </ul>
--	--

Zur Ergänzung empfohlene Literatur:

- ☐ Braun, H., Heuter, H.: *Handbuch Treasury*, Schäffer-Poeschel (2011)

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: IT-Service- und Infrastrukturmanagement
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>IT-Service- und Infrastrukturmanagement:</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Servicemanagement (ITIL)</b> <input type="checkbox"/> <b>Plattform- und IT-Infrastrukturmanagement</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jedes 2. Semester
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Keine Zulassungsvoraussetzungen.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	Auch für Weiterbildung MBA strategisches Informationsmanagement einsetzbar.
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Joerg-Oliver Vogt Prof. Dr. Phillip Brune
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 120 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 34 Std. 86 Selbststudium: Std.
SWS	3 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	Studienarbeit

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das Modul bietet den Studierenden einen praxisorientierten und aktuellen Überblick über das IT-Servicemanagement und dessen in der Praxis wichtigstes Framework ITIL in der aktuellen Version sowie das zu Grunde liegende IT-Plattform- und Infrastrukturmanagement.</p> <p>Am Ende des Moduls sollen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> IT-Services als Dienstleistung verstehen und beschreiben können,</li> <li><input type="checkbox"/> die Prozesse und Aufgaben des IT-Servicemanagements anhand der IT Infrastructure Library (ITIL V3) strukturieren können,</li> <li><input type="checkbox"/> eigene Serviceprozesse auf Basis des ITIL-Frameworks im konkreten Fall definieren können,</li> <li><input type="checkbox"/> eine Umsetzungsstrategie für ein Service Management nach ITIL entwickeln können,</li> <li><input type="checkbox"/> in der Lage sein, eine ITIL-Zertifizierungsprüfung auf Foundation Level zu bestehen,</li> <li><input type="checkbox"/> die Ziele und Aufgaben des IT-Infrastrukturmanagements im Unternehmen verstehen und dieses einordnen können,</li> <li><input type="checkbox"/> die wichtigsten Plattformen und Infrastrukturkomponenten der Unternehmens-IT kennen, bewerten und geeignet einsetzen können,</li> <li><input type="checkbox"/> im Unternehmen das technische IT-Bebauungsmanagement als Bestandteil der IT-Strategie und der Unternehmens-IT-Architektur verstehen und durchführen können,</li> <li><input type="checkbox"/> Technologiemanagement im Zusammenhang mit dem IT-Bebauungsmanagement verstehen und durchführen können.</li> </ul>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<input type="checkbox"/> Überblick Services und Service Management

	<input type="checkbox"/> Service Design <input type="checkbox"/> Service Transition <input type="checkbox"/> Service Operation <input type="checkbox"/> Service Strategy <input type="checkbox"/> Continuous Service Improvement <input type="checkbox"/> Einführung in das IT-Infrastrukturmanagement <input type="checkbox"/> Plattformen und Infrastrukturkomponenten <input type="checkbox"/> Technisches IT-Bebauungsmanagement <input type="checkbox"/> Technologiemanagement
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Fallstudien , Selbststudium
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtlektüre:</u></p> <input type="checkbox"/> Beims, M.: <i>IT-Service Management in der Praxis mit ITIL® 3. Zielfindung, Methoden, Realisierung</i> , Carl Hanser Verlag, 2., akt. u. erw. Aufl. (2009) <input type="checkbox"/> Hanschke, I.: <i>Strategisches Management der IT-Landschaft</i> , Carl Hanser Verlag (2010)
	<p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <input type="checkbox"/> <i>ITIL Service Operation</i> , German Translation: Office of Government Commerce, Verlag Van Haren Publishing (2008) <input type="checkbox"/> <i>ITIL Service Transition</i> , German Translation: Office of Government Commerce, Verlag Van Haren Publishing (2008) <input type="checkbox"/> <i>ITIL Service Design</i> , German Translation: Office of Government Commerce, Verlag Van Haren Publishing (2009) <input type="checkbox"/> Rudolph, S.: <i>Serviceorientierte Planung und Steuerung der IT-Infrastruktur im Mittelstand</i> , Gabler (2009)

	<input type="checkbox"/> Baun, C., Kunze, M., Nimis, J., Tai, S.: <i>Cloud Computing</i> , Springer (2010)
--	--

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: IT-Management und Controlling
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>IT-Management und Controlling:</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Management</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Controlling</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jährlich
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	keine
Modulverantwortlicher/Modulver- antwortliche	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS- Credits <sup>5</sup>	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B.6 Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 120 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 23 Std. Selbststudium: 97 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von	<input type="checkbox"/> <b>IT-Management und Controlling (4 ECTS):</b> Studienarbeit

Leistungspunkten <sup>7</sup>	4 von 120 ECTS
Gewichtung der Note in der Gesamtnote  Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Studierenden sollen mit den fortgeschrittenen Techniken des Managements von IT-Projekten vertraut gemacht werden. Aufbauend auf dem erlernten PM-Wissen aus den vorherigen Semestern sollen nun einzelne Teilgebiete vertieft werden. Dabei geht es insbesondere darum, risikobehaftete Situationen frühzeitig zu erkennen und dann gezielt gegenzusteuern.</p> <p>Darüber hinaus sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, Aufwandsschätzungen (z. B. Function Point Analysis) anzuwenden und eine Stakeholder-Matrix zu erstellen und zu pflegen. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Anleitung zur Anwendung von Techniken der Projektpriorisierung (PPM) und Change-Management.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Fortgeschrittene Techniken des IT-Projektmanagements, u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Multi-Projekt Management</li> <li><input type="checkbox"/> Controlling von Projekten</li> <li><input type="checkbox"/> Change-Management</li> <li><input type="checkbox"/> Krisenmanagement in Projekten</li> <li><input type="checkbox"/> Abbruch von Projekten</li> <li><input type="checkbox"/> Aufwandsschätzung mit Function Point Analysis</li> <li><input type="checkbox"/> Projektplanung mit Gantt-Charts</li> <li><input type="checkbox"/> Stakeholder-Management</li> <li><input type="checkbox"/> Projekt-Risiko-Management</li> <li><input type="checkbox"/> <del>Projektportfolio-Management</del></li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praxisprojekt</li> </ul>

Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Gastvorträge von externen Referenten mit langjähriger Erfahrung im IT-Management bzw. -Controlling.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird zu Beginn der Vorlesung aktuell bekanntgegeben.



## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	Schwerpunkt: Informationsmanagement Modul: IT-Projektmanagement
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht, wenn Schwerpunkt Informationsmanagement gewählt wurde
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<b>IT-Projektmanagement:</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Projektmanagement-Seminar</b>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	jährlich
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	keine
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Heiko Gewalt
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	4 ECTS
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. <sup>6</sup> Selbststudium + Kontaktzeit)	<u>Gesamtworkload: 120 Std., davon:</u> Präsenzzeit: 23 Std. Selbststudium: 97 Std.
SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>IT-Projektmanagement (4 ECTS)</b> <input type="checkbox"/> <b>IT-Projektmanagement-Seminar: Referat</b>

Gewichtung der Note in der Gesamtnote	4 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Die Studierenden sollen die Instrumente der Führung und Kontrolle der IT-Funktion verstehen und anwenden können.</p> <p>Dazu zählen insbesondere aktuelle Diskussionen um den Geschäftswertbeitrag der IT und wie dieser gesteigert werden kann, aber auch klassische Instrumente des IT-Controllings wie bspw. das Target Costing.</p> <p>Durch das Ausarbeiten von Referaten einschließlich Präsentation und Übungsteil für die Kommilitonen werden Präsentations-, Moderations- und Trainingstechniken erlangt und verfeinert.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Aktuelle Diskussionen und Erkenntnisse bzgl. des Managements und Controllings der IT-Funktion, u. a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Geschäftswertbeitrag der IT</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Strategie</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Business Alignment</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Architektur-Management</li> <li><input type="checkbox"/> Demand-und-Supply-Management</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Kennzahlensysteme</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Governance</li> <li><input type="checkbox"/> Service Level Agreements</li> <li><input type="checkbox"/> IT-Balanced Scorecard</li> <li><input type="checkbox"/> Total Cost of Ownership</li> <li><input type="checkbox"/> Target Costing</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht</li> <li><input type="checkbox"/> Seminar</li> <li><input type="checkbox"/> Praxisprojekt</li> </ul>

Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	Gastvorträge von externen Referenten mit langjähriger Erfahrung im IT-Projektmanagement.
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	Wird zu Beginn der Vorlesung aktuell bekanntgegeben.

## Modulbeschreibung

Modul-Nr./ Code	
Modulbezeichnung	<p>Schwerpunkte:</p> <p><input type="checkbox"/> Finance and Accounting,</p> <p><input type="checkbox"/> International Brand and Sales Management bzw.</p> <p><input type="checkbox"/> Informationsmanagement</p> <p>Modul: Masterarbeit</p>
Semester oder Trimester	4. Semester
Dauer des Moduls <sup>1</sup>	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls	<p><input type="checkbox"/> <b>Masterseminar</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Masterarbeit</b></p>
Häufigkeit des Angebots des Moduls <sup>2</sup>	Jeweils im Sommersemester.
Zugangsvoraussetzungen <sup>3</sup>	Die Masterarbeit kann nur ablegen, wer die Prüfungsleistungen der ersten drei Lehrplansemester erfolgreich abgelegt hat.
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge <sup>4</sup>	
Modulverantwortlicher/Modulverantwortliche	Professoren der Hochschule Neu-Ulm
Name der/des Hochschullehrer/s	Das Thema der Masterarbeit wird von Professoren der Hochschule Neu-Ulm ausgegeben, betreut und bewertet.
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits <sup>5</sup>	18 ECTS
<p>Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z. B. 6 Selbststudium + Kontaktzeit)</p>	<p><u>Gesamtworkload: 540 Std., davon:</u></p> <p>Präsenzzeit: 23 Std.</p> <p>Selbststudium: 517 Std.</p>

SWS	2 SWS
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten <sup>7</sup>	<b>Modul Masterarbeit (18 ECTS)</b> <input type="checkbox"/> <b>Masterseminar:</b> Referat (2 ECTS) <input type="checkbox"/> <b>Masterarbeit:</b> Masterthesis (16 ECTS)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	18 von 120 ECTS
Qualifikationsziele des Moduls <sup>8</sup>	<p>Ziel der Masterarbeit für die Studierenden ist, zu zeigen, dass sie in der Lage sind, ein dem Abschluss angemessenes Thema selbstständig zu bearbeiten. Dabei sollen sowohl auf formaler als auch auf inhaltlicher Ebene wissenschaftliche Standards eingehalten und die Bearbeitung auf der organisatorischen Ebene effizient gestaltet werden. Die erforderliche Literaturrecherche soll eigenständig und akademisch angemessen erfolgen. Der praktische Bezug der Abschlussarbeit (gerade auch bei einer Kooperation mit einem Unternehmen) soll dabei nicht verloren gehen.</p> <p>Laut Dublin Descriptors der Hochschulrektorenkonferenz sollen die zukünftigen Absolventen dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Wissen und Verstehen demonstrieren, das auf dem in einem grundständigen Studiengang erworbenen Wissen aufbaut, über dieses hinausgeht und die Grundlage für eine originäre Anwendung oder Weiterentwicklung von Ideen (häufig im Forschungskontext) bildet,</li> <li><input type="checkbox"/> Wissen und Verstehen anwenden sowie Problemlösungsvermögen in neuen und unvertrauten (auch multidisziplinären) Zusammenhängen im Bereich des Studienfaches demonstrieren,</li> <li><input type="checkbox"/> Wissen integrieren, mit Komplexität umgehen sowie Urteile auf unvollständiger oder beschränkter Informationsgrundlage bilden können, und zwar unter Berücksichtigung der sozialen und ethischen Verantwortung im Zusammenhang mit der Anwendung dieses Wissen und dieser Urteile,</li> <li><input type="checkbox"/> fähig sein, das erworbene Wissen und die zu</li> </ul>

	<p>ziehenden Schlussfolgerungen gegenüber Fach- und Laienpublikum klar und eindeutig zu kommunizieren,</p> <p><input type="checkbox"/> die Befähigung zu wissenschaftlicher Selbstständigkeit und Unabhängigkeit abzielend auf weitere Studien (z. B. eine Promotion) nachweisen.</p>
Inhalte des Moduls <sup>8</sup>	<p>Das zur Masterarbeit gehörende Masterseminar vertieft aktuelle Themen aus dem Masterstudiengang Advanced Management.</p> <p>Die Studierenden erweitern ihre Fähigkeiten bei der Erstellung von wissenschaftlichen Arbeiten und wenden diese Fähigkeiten auf die Bearbeitung ihres konkreten Themas an. Wissenschaftliches Arbeiten, korrektes und effizientes Arbeiten mit Literatur, kritische Diskussion und Präsentation von Themen werden geübt. Die Professoren geben Hinweise und Coaching für den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur, beraten zu Gliederung, Aufbau und Thesenführung in der Abschlussarbeit und helfen bei der thematischen Eingrenzung der jeweils gewählten Themen.</p>
Lehr- und Lernmethoden des Moduls <sup>9</sup>	<p><input type="checkbox"/> Seminaristischer Unterricht</p> <p><input type="checkbox"/> Seminar</p> <p><input type="checkbox"/> intensive Einzelbetreuung durch Professoren und deren wissenschaftliche Mitarbeiter mit Feedback zum jeweiligen Stand der Arbeit (in formaler sowie inhaltlicher Hinsicht)</p> <p><input type="checkbox"/> Aufzeigen der Kriterien zur Begutachtung und Benotung der Arbeit</p> <p><input type="checkbox"/> Begutachtung und Erstellung einer schriftlichen Gutachtens zur Benotung der Arbeit</p>
Besonderes (z. B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge etc.)	<p>Die Hochschule Neu-Ulm empfiehlt die Masterarbeit in und für ein Unternehmen anzufertigen.</p>
Literatur (Pflichtlektüre/zusätzlich empfohlene Literatur)	<p><u>Pflichtliteratur:</u> Je nach Themenbereich verschieden.</p> <p><u>Zur Ergänzung empfohlene Literatur:</u></p> <p><input type="checkbox"/> Theisen, M.R.: <i>Wissenschaftliches Arbeiten. Technik - Methodik - Form</i>, Vahlen (2008)</p>

	<ul style="list-style-type: none"><li><input type="checkbox"/> Theisen, M.R.: <i>ABC des wissenschaftlichen Arbeitens. Erfolgreich in Schule, Studium und Beruf</i>, dtv (2006)</li><li><input type="checkbox"/> Disterer, G.: <i>Studienarbeiten schreiben. Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten in den Wirtschaftswissenschaften</i>, Springer (2011)</li></ul>
--	--

## **Fußnoten**

**Definitionen/Vorgaben aus „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.09.2000 i. d. F. vom 22.10.2004)“**

### **<sup>1</sup> Dauer der Module**

Die Dauer der Module ist festzulegen. Sie bestimmt den Studienablauf, die Prüfungslast im jeweiligen Semester und wirkt sich auf die Häufigkeit des Angebots aus. Nicht zuletzt beeinflusst sie die Mobilität der Studierenden.

### **<sup>2</sup> Häufigkeit des Angebots von Modulen**

Es ist festzulegen, ob das Modul jedes Semester, jedes Studienjahr oder nur in größeren Abständen angeboten wird.

### **<sup>3</sup> Voraussetzungen für die Teilnahme**

Für jedes Modul sind die Voraussetzungen für die Teilnahme zu beschreiben. Welche Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten sind für eine erfolgreiche Teilnahme vorauszusetzen, welche Module müssen bereits erfolgreich absolviert sein? Außerdem soll beschrieben sein, wie der Studierende sich auf die Teilnahme an diesem Modul vorbereiten kann (u. a. Literaturangaben, Hinweise auf multimedial gestützte Lehr- und Lernprogramme).

### **<sup>4</sup> Verwendbarkeit des Moduls**

Bei der Beschreibung des Moduls ist darauf zu achten, in welchem Zusammenhang das Modul mit anderen Modulen innerhalb desselben Studiengangs steht und inwieweit das Modul geeignet ist, in anderen Studiengängen eingesetzt zu werden. Dies gilt auch für weiterbildende Studien und postgraduale Studiengänge.

### **<sup>5</sup> Leistungspunkte und Noten**

Leistungspunkte und Noten sind getrennt auszuweisen. [...]

### **<sup>6</sup> Arbeitsaufwand**

Für jedes Modul sind der Gesamtarbeitsaufwand und die Anzahl der zu erwerbenden Leistungspunkte zu benennen.

### **<sup>7</sup> Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten**

Die studienbegleitenden Prüfungen, auf deren Grundlage Leistungspunkte erworben werden, sollen beschrieben sein. Sofern Module Prüfungsvorleistungen vorsehen (Semesterarbeiten, Exkursionsberichte, Hausarbeiten u. a.), müssen diese nach Art und Umfang beschrieben sein. Für jede studienbegleitende Prüfung ist festzulegen, ob es sich um eine mündliche oder schriftliche Prüfung handelt, einen Vortrag oder eine Hausarbeit. Möglichkeiten der Kompensation innerhalb einer Modulprüfung, die sich aus mehreren Prüfungsleistungen zusammensetzt, sind in der Prüfungsordnung zu regeln.

### **<sup>8</sup> Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls**

Welche fachlichen, methodischen, fachpraktischen und fächerübergreifenden Inhalte sollen vermittelt werden, welche Lernziele sollen erreicht werden? Welche Kompetenzen (fachbezogene, methodische, fachübergreifende Kompetenzen, Schlüsselqualifikationen) sollen erworben werden? Die Lern- und Qualifikationsziele sind an einer zu definierenden Gesamtqualifikation (angestrebter Abschluss) auszurichten.



<sup>9</sup> **Lehrformen**

Im Modul sind die einzelnen Lehr- und Lernformen zu beschreiben (Vorlesungen, Übungen, Seminare, Praktika, Projektarbeit, Selbststudium). Grundsätzlich sollen unterschiedliche Lehrveranstaltungen zum Erreichen eines Qualifikationszieles beitragen. Welche Veranstaltungen dies im konkreten Fall sind, ist jedoch eine nachrangige Frage. Während Vorlesungen eher einen Überblick vermitteln, dienen Übungen der Anwendung des Gelernten, Seminare eher der wissenschaftlichen Vertiefung usw. Unterschiedliche Veranstaltungen implizieren unterschiedliche methodische Ansätze, die sich gemeinsam einem thematischen Schwerpunkt widmen.