



HOCHSCHULE OSNABRÜCK
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

MODULE MANUAL

MASTER'S PROGRAM

INTERNATIONAL BUSINESS AND MANAGEMENT (MASTER)

Examination regulation 01.09.2024

Date of status: 20.01.2025

HOCHSCHULE OSNABRÜCK

Table of contents, part I

Applied Business Research
Consulting and Management
Consulting Case Studies
Controlling and Finance Tools for Consultants
Digital Enterprise Management
Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Governance
Human Resource Management in Multinational Enterprises
Industrial and Organisational Transformation
International Corporate Finance
International Economics and Business
International Marketing
International Political Economy
Leadership in International Organisations
Lean Start Up and Innovation
Legal Aspects of International Trade
Master Module
Operations Management
Performance, Risk and Resilience
Product and Innovation Management
Strategic Management in Disruptive Times – Theory and Practice

Table of contents, part II

Aktuelle Ambiguitäten der Arbeitswelt
Business Data Science - von Daten zu Prognosen und Entscheidungen
E-Business - Realisierung der digitalen Wertschöpfungskette
End-User Development mit Office-Anwendungen
Fusion, Sanierung und Development
Geschäftsmodellanalyse und Transformation
Konzeptentwicklung und Fallstudien zum Personalmanagement
Leadership und Innovation
Markenführung und Kommunikation
Personalentwicklung und Karrieremanagement
Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Notes on the module manual

More information on ECTS

The criteria for the successful passing of the module is listed in the ATPO (General Examination Regulations). Details on how the grades are determined can be found in the applicable study regulation and in the BTPO (Program Specific Examination Regulations). The grading scale from 1 to 5, which is common at German universities, is used to grade the examination performance(s). (cf. ATPO).

Other Notes

The type of module (elective, compulsory or compulsory elective) varies from program to program and also depends on the student. Therefore, the "module type" is not part of the module description.

Information on the weighting of the examination results in the final grade can be found in the special part of the examination regulations or the respective study regulations.

Since this varies from study program to study program, this information is also not anchored in the module.

This module manual is divided into two sections.

First, all modules that are taught in English are listed. (See Table of content, part I)

Then, the specialisation modules that are taught in German are presented. These are described in German. (See Table of content, part II)

The modules are sorted alphabetically within their section.

APPLIED BUSINESS RESEARCH

Applied Business Research

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1112 (Version 1) of 08.05.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1112
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

This module aims at increasing the ability of students to select and use appropriate quantitative and qualitative research approaches, as well as to critically evaluate the outcomes in the context of real-world business case studies.

Teaching and learning outcomes

1. Background
 - 1.1. Theory of science
 - 1.2. The research process
 - 1.3 Quantitative and qualitative approaches to research
 - 1.4. Observational and experimental research
2. Study planning
 - 2.1. Developing research questions
 - 2.2. Reviewing the literature
3. Data collection
 - 3.1. Research designs
 - 3.2. Survey and questionnaire development
 - 3.3. Quality criteria
 - 3.4. Sampling and access to the field
4. Qualitative data analysis
 - 4.1. Content analysis after Mayring
 - 4.2. Grounded theory
5. Quantitative data analysis
 - 5.1. Data analysis and visualization
 - 5.2. Statistical hypothesis testing
 - 5.3. Machine learning
 - 5.4. Application using software

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Lecture	Presence	-
15	Practice	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
28	Preparation/follow-up for course work		-
40	seminar paper		-
19	Study of literature		-
18	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Homework / Assignment or
- Portfolio exam or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio-1 exam has a total of 100 points and consists of a homework (50 points) and a one-hour written exam (50 points).

The portfolio-2 exam has a total of 100 points and consists of a homework (50 points) and a report (50 points).

Exam duration and scope

Homework: approx. 10 to 15 pages

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Report: Presentation: approx. 20-30 minutes with a written report of approx. 5-10 pages.

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Statistics

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

The students distinguish the major approaches to empirical research and differentiate phases of research process.

Knowledge deepening

The students can describe central principles of empirical research, and differentiate terminology and conventions according to different major approaches.

Knowledge Understanding

The students are able to critically reflect issues around selection and application of empirical research methods. They can critically examine and justify results in the context of their research questions.

Application and Transfer

Students are able to select and apply appropriate empirical research methods to real-world business case studies.

Academic Innovation

Students will be able to initiate a data-driven research process. They are able to justify their decisions by means of empirical research methods and comprehensive analysis.

Communication and Cooperation

Students are able to manage their goals and roles within the group, communicate their results and critically acclaim results reported by others.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students are able to assess the outcomes of the applied business research from various perspectives.

Literature

Chapman, C. N. (2015). R for Marketing Research and Analytics (2015th ed.). New York, NY: Springer.

Field, A., & Miles, J. (2012). Discovering Statistics Using R. London; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications Ltd.

Flick, U. (2014). An Introduction to Qualitative Research (5th edition.). Los Angeles: Sage Publications Ltd.

McClave, J. T., Benson, P. G., & Sincich, T. L. (2013). Statistics for Business and Economics: Pearson New International Edition (12th ed.). Pearson.

Applicability of the module

Linkage to other modules

This module prepares students for applied business research in any subject area.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Markovic-Bredthauer, Danijela

Teachers

- Markovic-Bredthauer, Danijela

[Back to Table of contents](#)

CONSULTING AND MANAGEMENT

Consulting and Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0885 (Version 1) of 07.06.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0885
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

Consulting and Management is the first module of the consulting specialization. It aims to introduce the students to the various consulting markets and services. Students will learn that all consulting follows a distinctive process that is needed to deliver successful business projects. Participants will get to know typical consulting tools and techniques used for operational improvements and strategy development.

Teaching and learning outcomes

1 Introduction

1.1 Nature of Consulting

1.2 Consulting Market and Consulting Firms

2 Structures in consulting firms and careers in consulting

3 The Consulting Process

3.1 Initial Contact

3.2 Proposal Phase

3.3 Pitch Situation

3.4 Project Set-up and Project Plan/Charter

3.5 Project Team

3.6 Working with the Client

4 The Analysis Phase

4.1 As-is Analysis

4.2 Development of To-Be Scenarios

4.2.1 Using Management Tools

4.2.2 Evaluating Client Capabilities and Business Opportunities

4.3 Leading Strategic Change

5 Presenting the Results

5.1 Communication

5.2 Pyramid Thinking

5.3 Say it with Charts

6 Closing the Project

6.1 Transferring the Project

6.2 Lessons Learned

6.3 Knowledge Management

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
38	Lecture	Presence	-
7	Individual coaching	Presence or online	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
28	Preparation/follow-up for course work		-
47	Work in small groups		-
30	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Oral presentation, with written elaboration or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio examination comprises a total of 100 points and consists of a report (R) and a final written examination (K1). The report (R) and the written exam (K1) are each weighted with 50 points.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the applicable study regulations

Report: approx. 10-15 min. presentation + approx. 15-20 pages written report

Portfolio exam:

- Written examination: in accordance with the applicable study regulations
- Report: Presentation: approx. 5-10 minutes; written report: approx 10-15 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Management tools, management concepts, fundamental principles of controlling and finances, fundamental principles of project and process management

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module have a substantiated knowledge of the consulting process and the most important management and strategy tools with regard to strategy development and implementation in business practice.

Knowledge deepening

Students know how consulting companies function, how they set up projects for their clients and how they help client companies to compile strategies for their business as a whole, or for sections of it, and how these can be implemented in practice.

Knowledge Understanding

Students are able to work confidently with management strategy and project management tools.

Application and Transfer

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of a business and the business environment and analyze it.

Academic Innovation

Students can formulate descriptive and prescriptive hypothesis and learn how to test and prove them.

Communication and Cooperation

Students who successfully complete this module are able to analyze strategic issues as well as interpret and present the results. Students will learn to deliver MECE arguments (mutually exclusive and collectively exhaustive) and prepare convincing presentations.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students can derive prudent recommendations and solutions for business problems. They learn to consider different criteria and aspects of their solutions and evaluate them.

Literature

Latest editions of

Van Assen. M./ et. Al.: Key Management Models

Wickham, L./Wilcock, J.: Management Consulting

Burtonshaw-Gunn, S. A.: Essential Tools for Management Consulting

Andler, N.: Tools for Project Management

Workshops and Consulting, Czerniawska

F./May, P.: Management Consulting in Practice

Johnson , G./ Scholes, K./Whittington, R.: Exploring Strategy

Minto, N.: The Pyramid Principle, Zelazny

G.: Say it with Charts the complete Toolkit

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module is the first lecture of three in the consulting specialization. It prepares students to take the following lectures as it teaches the foundations of consulting and prepares for successful participation in the modules "Controlling & Finance Tools for Consultants" and "Consulting Case Studies".

Applicability in study programs

- Management for Health Services, M.A.
 - Management for Health Services, M.A.
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Frie, Jan

Teachers

- Frie, Jan

[Back to Table of contents](#)

CONSULTING CASE STUDIES

Consulting Case Studies

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0886 (Version 1) of 07.06.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0886
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

In this lecture approximately 5-6 comprehensive cases are solved in changing teams during the semester. All teams shall present their case solutions in class. Before each case study the theoretical basis needed for the case is taught/repeated in a lecture and then needs to be rehearsed and broadened by the teams in own literature and case related research.

Teaching and learning outcomes

All case studies cover

1. Range of tasks / fields of application of management consultancy
2. Problem-solving methods of management consultancy
3. Management and supervision of strategy and consulting projects
4. Selection between strategic options and their consequences

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Lecture	Presence	-
15	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
20	Preparation/follow-up for course work		-
55	Work in small groups		-
30	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Oral presentation, with written elaboration or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio examination comprises 100 points and consists of a report (R) and an one-hour written examination (K1). The report and the written examination are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the applicable study regulations

Report: approx. 10-15 min. presentation + approx. 15-20 pages paper written report

Portfolio exam:

- Written examination: in accordance with the applicable study regulations
- Report: Presentation: approx. 5-10 minutes; written report: approx 10-15 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Management tools and concepts, Modules 1 and 2 of the consulting specialization, fundamental knowledge of controlling and finances.

The Module builds up on the content taught in Modules 1 and 2 of the specialization. Registration to this module is only possible, when the previous Modules of the specialization have been successfully completed. Otherwise the lecturer specifically needs to agree to registration upfront.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students learn about consulting procedures of external consulting firms and inhouse consulting teams. The relevant procedures and methods from the fields of strategic management, value chain management and the accompanying support from controlling and finance are learnt on the basis of case study examples, and the possible ways to apply them are assessed.

Knowledge deepening

Students have deepened the knowledge how to approach and successfully solve cases.

Knowledge Understanding

Students learn how to reduce complex business situations to a minimal number of decisive problems which need to be solved.

Application and Transfer

Students can transfer the learned approaches to various business situations.

Academic Innovation

Students are able to prioritize, select and apply relevant methods for problem solving in real case situations.

Communication and Cooperation

Students are able to reasonably argue and justify their standpoint in a cooperative and team oriented way.

Academic Self-Conception / Professionalism

This course puts students into real live consulting situations and helps to develop a clear pictures of potential professional situations in the future. Besides training the needed conceptual and theoretical skills it also includes the discussion of required softskills and an understanding of potential consequences of recommendations.

Literature

Lectures, literature, case studies and case study related research will be provided during the course.

Applicability of the module

Linkage to other modules

This is the final module of the three lecture consulting specialization. It builds up on the content taught in Modules 1 and 2 of the specialization. Registration to this module is only possible, when the previous Modules of the specialization have been successfully completed or when the lecturer specifically agrees to registration upfront.

Applicability in study programs

- Management for Health Services, M.A.
 - Management for Health Services, M.A.
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Frie, Jan

Teachers

- Frie, Jan

[Back to Table of contents](#)

CONTROLLING AND FINANCE TOOLS FOR CONSULTANTS

Controlling and Finance Tools for Consultants

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0882 (Version 1) of 07.06.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0882
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

What can external or internal consultants contribute to companies? How can these contributions be measured and communicated? Students are able to critically evaluate the complex decision-making processes within companies in view of the consultants' contribution to the achievement of financial business targets and present the added value of a project for the company.

Teaching and learning outcomes

1. Setting the Scene – Preliminary Notes
2. Basic Knowledge of Financial Instruments
3. Fundamentals of Management and Consulting
 - 3.1 Management and Consulting
 - 3.2 The Role of the Finance Function
 - 3.3 Shareholder and Stakeholder Perspective
4. Profound Financial Analysis
 - 4.1 Financial Control Parameters
 - 4.2 Example and Case Study
5. Asset and Cash Management, Benchmarking
6. Value Creation
7. Steering the Implementation of Strategies
 - 7.1 Economic Value Added (EVA)
 - 7.2 Balanced Score Card (BSC)
 - 7.3 Value Driver
8. Risk Management and Risk Evaluation
9. Appraisal of Investment Proposals

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Lecture	Presence	-
15	Other	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
50	Preparation/follow-up for course work		-
35	seminar paper		-
20	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of one presentation and a one-hour written examination. The presentation is weighted by 40 points and the written exam by 60 points.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations.

Portfolio exam: written examination: see above; presentation: approx. 20 minutes

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Basics Management Accounting, Basics Controlling

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module have a substantiated knowledge of the most important tools of controlling and of corporate finance used for the improvement of business performance as an approach for consultancy services.

Knowledge deepening

Understanding contribution and value added to companies

Know how about value management

Understanding role of the finance function

Understanding financials key figures used in consultancy (also for non-finance functions)

Main concepts of risk management

Main concepts of performance management

Steering the Implementation of Strategies

Fundamentals of Turnaround Management

Knowledge Understanding

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of a business and the business environment, analyse this information and develop it to the decision-making stage.

Application and Transfer

Students are able to work confidently with key finance and controlling tools.

Academic Innovation

Analyzing companies' organizational and procedural status quo

Evaluating status quo

Deriving options for improvement

Applying and utilizing your knowledge in a team

Communication and Cooperation

Students who successfully complete this module are able to analyse operative issues in view of their financial implications, and interpret and present the results.

Academic Self-Conception / Professionalism

Applying risk management instruments

Applying performance management instruments

Instruments for (financial) business case creation

Literature

Hawawini, Gabriel A./Viallet, Claude (2019): Finance for Executives: Managing for Value Creation

Reader from selected textbooks Current magazine articles Case study material

Applicability of the module

Linkage to other modules

management tools/exploring strategy, management concepts/strategy in action, fundamental knowledge of controlling and finances, fundamental principles of project and process management

Applicability in study programs

- Management for Health Services, M.A.
 - Management for Health Services, M.A.
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Jede, Andreas

Teachers

- Jede, Andreas

[Back to Table of contents](#)

DIGITAL ENTERPRISE MANAGEMENT

Digital Enterprise Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1131 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1131
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

One of the strongest drivers of corporate transformation is digital information technology, which is not only suitable for achieving rationalization effects through automation, but also enables the development of new business models. In the course of digitalization, information technologies are used to further develop the business models, business processes and products of companies in an evolutionary or disruptive manner. This module therefore provides a systematic introduction to the different levels and perspectives of digitalization in a business context. This should enable students to identify digital potentials in the context of business applications and to effectively support digitalization decisions in practice. The focus is on the management of digital business processes and digital data, which form the essential structures of the digital enterprise. Practical examples and case studies will help students gain access to the subject area.

Teaching and learning outcomes

1. Introduction and conceptual principles of digital transformation
2. Digital process management
3. Digital process optimization
4. Digital data management
5. Advanced topics of digital transformation

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
50	Preparation/follow-up for course work		-
31	Exam preparation		-
24	Study of literature		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Homework / Assignment or
- Written examination or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio examination comprises two parts: a Presentation (PR) and a written project report (PSC) with a total of max. 100 points. The project report is weighted with 70 points and the presentation with 30 points.

Exam duration and scope

Term paper: 15 pages plus appendix/attachment

Written exam: see valid study regulations

Portfolio examination: Presentation approx. 20-40 minutes, written project report approx. 10-15 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Fundamental principles of information systems and information processing

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

After successful completion of the module, students will have knowledge of concepts, techniques, tools and impact mechanisms of digitalization in business contexts.

Knowledge deepening

Students of this module have fundamental knowledge regarding the design of digitalization in the operational context of digital business processes and digital data.

Knowledge Understanding

Students in the module will be able to develop concepts on how digitalization can be implemented and strategically integrated at different levels and functional areas of the company.

Application and Transfer

Students are able to identify, model, analyze and optimize digital business processes using established modeling environments. In addition, students are capable to model, structure, analyze and visualize digital business data to support and automate management decision making.

Academic Innovation

Students are capable to understand and criticize model artifacts (e.g., data models and process models) which are the result of a design-science oriented research paradigm.

Communication and Cooperation

The students of the module are able to communicate and represent the contribution of digitalization to the achievement of entrepreneurial goals.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students justify their own professional actions with theoretical and methodological knowledge in the context of digital transformation and reflect on them with regard to alternative designs.

Literature

Dumas M, La Rosa M, Mendling J, Reijers H (2018) Fundamentals of Business Process Management, 2nd ed., Berlin.

Hess T (2022) Managing the Digital Transformation - A Guide to Successful Organizational Change, Wiesbaden.

Laudon KC, Laudon JP (2021) Management Information Systems – Managing the Digital Firm, 17th ed., Harlow.

Maslyuk D (2021) Analyzing Data with Microsoft Power BI, Hoboken.

Russo M, Ferrari A (2020) The Definitive Guide to DAX: Business intelligence with Microsoft Power BI, SQL Server Analysis Services, and Excel, 2nd ed., New York.

Silver B (2018) DMN Method & Style – Business Practitioner's Guide to Decision Modeling, 2nd. ed., Altadena.

Applicability of the module

Linkage to other modules

The acquired competencies are helpful to deepen concepts of process-oriented management in other business management courses. Furthermore, the competencies are relevant to carry out practice-oriented master theses, which require the design and optimization of business processes and/or the analysis of digital data.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Bensberg, Frank

Teachers

- Bensberg, Frank

[Back to Table of contents](#)

ETHICS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND CORPORATE GOVERNANCE

Ethics, Corporate Social Responsibility and Corporate Governance

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1111 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1111
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

This module will provide a perspective on the integration of business management and ethical considerations. It will give an insight into the tension, the compatibilities and conflicts of ethical and business decisions.

Teaching and learning outcomes

Ethical theories - Introduction into ethics - Utilitarianism, Kantian ethics and virtue ethics;

Ethics in a market economy framework - Market economy and social norms - Social capital, solidarity and market economy - Limits of markets

Ethical challenges and the role of information asymmetry - Information asymmetry and ethical problems - Corporate governance code

Management approaches to address ethical challenges - Corporate Social Responsibility - limits and perspectives

Managementtools – integrity and compliance; mission statements, codes of ethics, codes of conduct, organisational changes

Ethical issues in selected business disciplines (human resource management, logistics, marketing, finance etc).

Ethical issues in international business and alternative ways to address this issue

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Preparation/follow-up for course work		-
30	seminar paper		-
30	Work in small groups		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Portfolio exam or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

PPF-1: The portfolio exam covers 100 points and consists of a one-hour written examination (K1) and a written paper (HA). The K1 is weighted by 40 points and the HA is weighted by 60 points.

PPF-2: The portfolio exam covers 100 points and consists of a one-hour written examination (K1) and a presentation with written report (R). The K1 is weighted by 40 point and the R is weighted by 60 points.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations.

Written paper of the portfolio exam: approx. 8 pages

Report of the portfolio exam: presentation of approx. 20 minutes with written report of approx. 3-5 pages

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

This is an advanced course and requires a sound understanding of the basic issues in business and economics. Students need to have completed a bachelor degree in either business or economics.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students have a sound understanding of key ethical theories. Students understand the ethical dimension of incentive structures within a market economy and the limits of such. Students learn about the new development with respect to CSR, ESG and sustainability. Students get to know the ethical dilemmas in major disciplines. Students understand the potential and limits of alternative approaches towards corporate governance.

Knowledge deepening

Students are able to go beyond the standard statements in media and public discussions and reflect on the challenges, opportunities and limitations in business practice.

They are able to apply tools and concepts to real cases and find solutions.

Knowledge Understanding

Students understand the logic of major theoretical contributions.

Students are able to describe the real ethical problems in the business world.

Students can apply advanced theories and tools and propose solutions for real business problems.

Students are able to understand the interaction of personal responsibility, responsibility at the meso-level (like firms) and the responsibility at the system-level.

Application and Transfer

Students are able to apply the theoretical concepts to real world cases. They recognize the limits of the theoretical tools and instruments and are able to see the potential of strategies to generate solutions.

Academic Innovation

Students are able to identify the major open questions with respect to business ethics, corporate governance and sustainability. They are able to identify research questions which could be the basis for further research.

Communication and Cooperation

Students learn to argue their case, to enter into discourses on ethical issues. Students learn to reflect the dynamics of communication on ethical matters.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students need to learn, reflect and accept the ambiguity of ethical issues. Students need to reflect on the multidimensional nature of ethical conflicts. Students should be enabled to develop their own ethical position.

Literature

Chryssides, George D. and John H. Kaler (1993): An Introduction to Business Ethics, Thomson.

Crane, Andrew and Dirk Mattern (2019): business ethics, Oxford University Press
Wicks, Andrew C. et al (2010): Business Ethics - A managerial approach, Pearson.

Sandel, Michael (2009): Justice, Strauss and Giroud, New York

Singer, Peter (2016): Ethics in the real world, Princeton

Singer, Peter (2011): Practical ethics, 3rd edition, Cambridge University Press, Cambridge

Velasquez, Manuel G. (2011): Business ethics, Pearson, Harlow

Actual additional articles are given in the course.

Applicability of the module

Linkage to other modules

When ethical issues are discussed at the system level (market economy), a sound understanding of economics and the workings of mechanisms in a market economy are required. Ethical issues are discussed at the business level, such as ethics and marketing, ethics and employment, ethics and accounting, ethics and finance. The module is therefore useful as well to deepen the understanding of the challenges in various management disciplines. The CSR-debate and Corporate Governance part has a strong impact on the discussion of strategic matters.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Mayer, Peter

Teachers

- Mayer, Peter

[Back to Table of contents](#)

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT IN MULTINATIONAL ENTERPRISES

Human Resource Management in Multinational Enterprises

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1114 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1114
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

In international businesses human resource management always has an additional level of complexity. In order to handle this successfully it is useful to have an insight in the specific fields and challenges of international human resource management. Moreover, the strategic aspects of international human resource management have to be taken in account in order to be able to understand human resource issues and come to decisions of practical relevance.

Teaching and learning outcomes

Conception of human resource management

- Fundamental knowledge of the theory and paradigm formation
- Strategic and international aspects
- Fields of activity of international human resource management such as:
 - Personnel selection in international companies
 - International assignments of employees and their (re-)integration
 - International incentive structures and performance appraisal
 - Leadership and motivation in multinational companies
 - Gender related issues of career and talent management.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
25	Lecture	Presence	-
10	Learning in groups / Coaching of groups	Presence or online	-
10	Individual coaching	Presence or online	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
25	Work in small groups		-
13	seminar paper		-
20	Study of literature		-
5	Self-Assessment		-
25	Preparation/follow-up for course work		-
17	Creation of examinations		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Homework / Assignment or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of a one-hour written examination (K1) and a report (R). The written examination and the report are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Report: Presentation: approx. 20-30 minutes with a written report of approx. 5-10 pages.

Written paper: approx. 10 - 15 pages

Portfolio exam: Written examination: in accordance with the valid study regulations; Report: presentation of approx. 15-25 minutes with written report of approx. 4-8 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Basic overview: Human Resource Management and Legal Systems

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module

- are able to recognize human resources issues particularly within the context of companies operating on an international level.
- identify connections between decisions affecting human resources policies and business strategies.

Knowledge deepening

Students who successfully complete this module are aware of and can discuss a range of practice-relevant methods for dealing with IHRM challenges.

Knowledge Understanding

Students who successfully complete this module are able to deal appropriately with the complexity and decisions within international companies. They will be able to reach their own well-founded decisions in IHRM issues e.g. based case studies and for their personal careers.

Application and Transfer

Students who successfully complete this module apply appropriate methods for dealing with IHRM challenges.

Academic Innovation

After completing this course, students should be able to:

- Determine the methodologies needed to obtain the required information for a self-selected IHRM topic from the current scholarly discussion.
- Implement the appropriate methodologies in a research project and critically reflect and interpret own results

Communication and Cooperation

Students who successfully complete this module are able to:

- develop their own suggestions for dealing with challenges on the basis of suitable methods, and can critically assess and discuss the risks and opportunities involved.
- formulate and communicate fact-based recommendations to solve IHRM problems with special regard of intercultural differences

Academic Self-Conception / Professionalism

After completing this course, students should be able to:

- do adequate research in the current IHRM discussion
- reflect the impact of IHRM decisions for employees and own/other careers
- give reasons for recommendations and own preferences with regard to their ethical and moral standards.

Literature

- Armstrong, Michael: Armstrongs´ Handbook of Human Resource Management Practice. London.
- Crawley, E. et al.: Introduction to International Human Resource Management. Oxford.
- Dowling, Peter J.; Festing, Marion; Engle, Allen D.: International Human Resource Management. Bath, Singapore.
- Ewards, Tony; Rees, Chris: International Human Resource Management. Harlow.

Each book in the current edition.

Further literature will always be recommended at the beginning of the semester.

Applicability of the module

Linkage to other modules

As part of the key competencies this modul is linked to the general competencies, specially the modules "Leadership and Teambuilding" and "Managing for Sustainable Success - Business Ethics and Corporate Management" which are needed to reflect on IHRM issues.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Böhmer, Nicole

Teachers

- Böhmer, Nicole

[Back to Table of contents](#)

INDUSTRIAL AND ORGANISATIONAL TRANSFORMATION

Industrial and Organisational Transformation

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1096 (Version 1) of 02.04.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1096
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

This module completes the major “Innovation and Transformation”. It explores the interdependent aspects of strategic, structural and cultural decisions of business organizations in an international environment and highlights the impact of these interdependent areas on organizational competitiveness and performance. Special emphasis is placed on the transformation of different industries and challenges of VUCA times for strategic decisions.

Teaching and learning outcomes

The following topics are dealt with in case studies:

- Disruptive innovation and (digital) business models (e.g. Digital Sharks)
- Transformation of different industries & success factors of growth
- Sustainability and corporate resilience in times of VUCA
- International aspects of organizational transformation
- Values and ethical questions for decision taking
- Power and politics in transformation processes
- Organizational culture
- Change in times of crises
- Strategic alliances and networks.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
28	Seminar	Presence	-
6	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-
11	Practice	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Work in small groups		-
24	Study of literature		-
30	Presentation preparation		-
21	Preparation/follow-up for course work		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Homework / Assignment or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam PFP covers 100 points and consists of one written case study (FSS) and one report (R). Each element is weighted by 50 points.

Exam duration and scope

Written examination: see applicable study regulations

Written assignment: approx. 12-15 pages

Portfolio exam:

- Written case study approx. 10-12 pages
- Report: Presentation of approx. 20-30 minutes with a written report of approx. 5-10 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Knowledge of International Business, Strategic Management, Operations Management, Management concepts and Innovation.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students identify how issues of structure, culture, power, politics, leadership and learning can be used to understand and manage change in MNEs in different industries.

Knowledge deepening

Students get a deeper understanding of planned and emergent transformational change in VUCA times. They understand complex challenges in different industries and reflect different strategic approaches and conflicting goals. They are able to differentiate the sources of organizational culture and the influence of national culture in business transformation.

Knowledge Understanding

Students can analyze a business case in a systematic way and differentiate between immediate and basic issues (importance and urgency) and causes/effects. They are able to identify constraints and opportunities in complex business transformation processes and use qualitative and quantitative analysis to draw appropriate conclusions and find solutions.

Application and Transfer

After completing this course, students should be able to:

- use their business knowledge to analyse typical and actual challenges in a certain industry and company.
- identify and analyze relevant environmental trends and determine the appropriate information needed.
- formulate and coordinate strategies to solve business problems.
- to provide fact-based recommendations to business entities to seize strategic opportunities.

Academic Innovation

After completing this course, students should be able to:

- Determine the methodologies needed to obtain the required information for a chosen industry from both primary and secondary resources.
- Implement the appropriate methodologies in a research project and
- critically reflect and interpret own results.

Communication and Cooperation

After completing this course, students should be able to:

- orally present own research results in a well-organized, professional presentation
- formulate and communicate strategic, fact-based recommendations to solve business problems.

Academic Self-Conception / Professionalism

After completing this course, students should be able to:

- do adequate research for business challenges and to use information
- reflect the impact of strategic decisions for an enterprise, its employees & society and
- give reasons for recommendations and own preferences in situations with alternative choices.

Literature

Adner, R. & Kapoor, R. (2015): It's not Tech, It's Timing. HBR Nov. 2015

Bertolini, M.; Duncan, D. & Waldeck, A. (2015): Knowing when to reinvent. In HBR Dec. 2015, 90-101.

Bohnsack, R.; Cuilli, F. & Kolk, A. (2021) The role of business models in firm internationalization: An exploration of European electricity firms in the context of the energy transition. In: Journal of International Business Studies 52, 824-852.

Downes, L. & Nunes, P. (2018) Find your Company's Second Act. In HBR Jan.- Feb. 2018, 98 – 107

Helpap, S.; Schinnenburg, H. (2018): What Really Matters to Change Recipients – Dimensions of Supervisors' Change Communication. Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation (13) 3&4, S. 81-88. DOI: 10.1177/2319510X18776400

Mankins, M. & Gottfredson M. (2022): Strategy Making in Turbulent Times. A dynamic new model. HBR, September-October 2022, 61-69

Mauffette-Leenders, L.A., Erskine, J.A., Leenders, M. (2007): Learning with cases. Richard Ivey School of Business.

And Strategic Business Cases (e.g. Netflix)

Applicability of the module

Linkage to other modules

This course belongs to the major "Innovation and Transformation". It builds up on the first two courses "Operations Management" and "Lean Start Up and Innovation" as well as on the general modules "Ethics, Corporate Responsibility and Corporate Governance" or "Business Ethics" are expected.

Applicability in study programs

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Schinnenburg, Heike

Teachers

- Schinnenburg, Heike

[Back to Table of contents](#)

INTERNATIONAL CORPORATE FINANCE

International Corporate Finance

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0484 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0484
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Teaching and learning outcomes

Part 1: THE INTERNATIONAL FINANCIAL ENVIRONMENT. 1. Multinational Financial Management: An Overview. 2. International Financial Markets.

Part 2: EXCHANGE RATE BEHAVIOR. 3. Government Influence on Exchange Rates. 4. International Arbitrage and Interest Rate Parity. 5. Relationships among Inflation, Interest Rates, and Exchange Rates.

Part 3: EXCHANGE RATE RISK MANAGEMENT. 6. Forecasting Exchange Rates. 7. Measuring Exposure to Exchange Rate Fluctuations. 8. Managing Transaction Exposure. 9. Managing Economic Exposure and Translation Exposure.

Part 4: LONG-TERM ASSET AND LIABILITY MANAGEMENT. 10. Direct Foreign Investment. 11. Multinational Capital Budgeting. 12. Multinational Cost of Capital and Capital Structure.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
80	Preparation/follow-up for course work		-
25	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of a one-hour written examination (K1) and a report (R). Each element is weighted by 50 points.

Exam duration and scope

Written examinations: in accordance with the valid study regulations

Report of the portfolio exam: Presentation: approx. 20-30 minutes and a written report: approx. 5-8 pages

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Fundamental principles of financial management (Bachelor) Basic mathematics (intermediate secondary school level)

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module are familiarized with the international financial environment, exchange rate behavior and exchange rate risk management.

Literature

Eiteman, D. K. / Stonehill, A. I. / Moffett, M. H., 2004, Multinational Business Finance, 10th Ed., Reading et. al.

Gandolfo, G., International Finance and Open-Economy Macroeconomics, Springer, 2. Auflage, 2002.

Melvin, M., International Money and Finance, Addison Wesley, 7. Auflage, 2003.

Butler, Kirt Charles: Multinational finance, 3. ed. - Mason, Ohio [u.a.]: Thomson/South-Western, 2004.

Brealey/Myers: Principles of Corporate Finance, 7. Aufl., New York 2003.

Fabozzi, Frank J./ Modigliani, Franco: Capital Markets, Institutions and Instruments, 3. int. Aufl., New Jersey: Prentice Hall, 2003.

Applicability of the module

Linkage to other modules

International Economics and Business

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Seppelfricke, Peter

Teachers

- Seppelfricke, Peter

[Back to Table of contents](#)

INTERNATIONAL ECONOMICS AND BUSINESS

International Economics and Business

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0904 (Version 2) of 16.01.2025. Approval status: approved

Module identifier	22M0904
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

The module analyzes the changing roles of companies and countries in the global economy. The economics and business aspects are integrated into a holistic perspective. Future managers will be endowed with knowledge of how the global economy works, and with analytical skills strengthening their judgment on strategic decisions in internationally operating companies.

Teaching and learning outcomes

1. Key facts on the international economy
2. Globalization and deglobalization
3. Paradigms of globalization
4. Sources of comparative advantage
5. Protectionism and trade wars
6. Multinational enterprises and the global South
7. Globalization and inequality
8. The impact of climate change
9. Global environmental policy

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
25	Lecture	Presence	-
20	Practice	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	seminar paper		-
35	Study of literature		-
40	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Homework / Assignment or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consist of a one-hour written examination (K1) and a report (R). The written examination and the report are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Written paper: approx. 10-15 pages

Report as part of the portfolio exam: Presentation: approx. 20 minutes with a written report of approx. 5-8 pages.

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Bachelor level microeconomics and macroeconomics. Basic knowledge in globalization.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students know the main drivers of globalization and deglobalization. They can explain their impact on the structure of the global economy, the trade policy of nations and corporate strategic options. They are able to explain the relationship between globalization and inequality and are aware of the impact of climate change on the global economy.

Knowledge deepening

Students have a profound knowledge of international trade, foreign direct investment, labor movement, balance of payments and exchange rates. They can identify the winners and losers of globalization processes and assess their consequences for enterprises operating internationally. They are able to explain the reasons for deglobalization and are in a position to demonstrate what this means to companies operating internationally.

Knowledge Understanding

Students interpret and evaluate relevant data on global economic activity using appropriate economic theories or concepts from international business management. They critically reflect the impact of global warming on international economic and business relations.

Application and Transfer

Students who have successfully completed this module react independently and appropriately to unpredictable developments in a rapidly changing international environment. They apply their problem-solving skills to international challenges and critically reflect on their decisions.

Academic Innovation

Students will be able to use theories and concepts related to international economics and business to initiate research processes by identifying research questions to be addressed and conduct respective research projects appropriate to the master level.

Communication and Cooperation

Students critically analyze complex questions of the world economy and discuss them with colleagues and consultants at a high level. They question the political economy of dominant doctrines and media-propagated guidelines on economic governance in relation to the global economy.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students will be able to classify their own and others' professional behavior normatively on the basis of their knowledge of relevant problems related to the international economy. They will be able to assess existing and future challenges related globalization and deglobalization from an economic and business point of view.

Literature

1. Krugman, Paul et al.: International Economics - Theory and Policy, latest edition.
2. Carbaugh, Robert: International Economics, latest edition.
3. Peng, Mike: Global Business, latest edition.
4. Klein, Matthew and Pettis, Michael (2021): Trade Wars Are Class Wars: How Rising Inequality Distorts the Global Economy and Threatens International Peace. Yale University Press
5. Roberts, Anthea and Lamp, Nicolas (2021): Six Faces of Globalization: Who Wins, Who Loses, and Why It Matters. Harvard University Press

Aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module follows on from the preceding module Global Political Economy which focuses on the framework conditions for international businesses. It deepens the understanding of the international processes relevant to internationally operating firms. Together both modules provide students with a profound knowledge of how the world economy works.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Trabold, Harald

Teachers

- Trabold, Harald

[Back to Table of contents](#)

INTERNATIONAL MARKETING

International Marketing

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0602 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0602
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

International business is still a corner stone in the global world. Almost all large businesses are working on an international or even global scale.

For any student wanting to pursue a successful career in marketing it is therefore still mandatory to understand the peculiarities of marketing products international or global. This class lays the foundation with a focus on the differences that are caused by cultural habits. Based on a thorough understanding of cultures this class discusses how these differences influence marketing and how marketers can react to it to optimally position and sell products and services.

Teaching and learning outcomes

1. Internationalization as a challenge for marketing
2. Cultural issues and buying behavior
3. International market research
4. International segmentation and positioning
5. Market Entry Strategies
6. International marketing mix
 - 6a. International product management
 - 6b. International price management
 - 6c. International sales management
 - 6d. International communication management
7. Coordination decisions in International Marketing
8. Marketing in Emerging Markets

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
80	Preparation/follow-up for course work		-
25	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Oral presentation, with written elaboration or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of one written paper (HA) and a one-hour written examination (K1). The written paper and the examination are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Report: presentation of approx. 20-30 minutes with written report of approx. 5-10 pages

Written paper as part of the PFP: approx. 10 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Basic knowledge in marketing

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module know the culturally determined differences in various countries and the increased complexities which arise for product range decisions (4P's) in an international context.

Knowledge deepening

Students who successfully complete this module have a detailed, extensive knowledge of the central areas of international marketing.

Knowledge Understanding

Students who successfully complete this module are able to recognise logical connections, select suitable analysis procedures, and also work out practice-oriented solutions in very diverse, international contexts.

Application and Transfer

Students who successfully complete this module are able to interpret the various models of analysis for international cultures and make them useful for management decisions.

Academic Innovation

Students who successfully complete this module are aware of the important journals in the area of international marketing and know how to use them for theoretical and practical decision making.

Communication and Cooperation

Students who successfully complete this module are also able to work out causes and effects for complex issues in the field of international marketing and present them in an action-orientated way.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who successfully complete this module can differentiate between evidenced based management decision making and pure opinions.

Literature

Kotabe, Mike/Helsen, Kristiaan: Global Marketing Management: EMEA Edition, 2019

Opresnik, Oliver / Hollensen, Svend: International Marketing: Principles and Practice: A management-oriented approach, 2021

Berndt, Ralph / Altobelli, Fantapié: International Marketing Management, 2023

Harvard Case Studies

Applicability of the module

Linkage to other modules

This module gives the international perspective to different marketing topics. By that, it perfectly complements Product & innovation management, Brand management and Sales and cooperation management by showing the international perspective mainly caused by cultural differences.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Roll, Oliver

Teachers

- Roll, Oliver

[Back to Table of contents](#)

INTERNATIONAL POLITICAL ECONOMY

International Political Economy

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1113 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1113
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

Rational decisions made by management require that important development trends in the global economy are recognised and that their impact on the options available for companies to take is accurately assessed. This module expands and deepens relevant knowledge of global economic processes and structures.

Teaching and learning outcomes

1. Understanding economic behaviour
2. Fundamental paradigms in economic thinking
3. Differences between the political economy of nations
4. Introduction into the Functioning of the EU
5. Country studies (e.g. Korea, Indonesia ..)
6. Global governance and the role of the nation state
7. Exchange rates, balance of payments and
8. International Financial architecture
9. Competition and industrial policy

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Seminar	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
105	Preparation/follow-up for course work		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Written examination or
- Homework / Assignment

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of a one-hour written examination (50 points) and a written paper (50 points).

Exam duration and scope

Written paper: approx. 12-15 pages

Written examination: in accordance with the valid study regulations.

Written paper of the portfolio exam: approx. 8 pages

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

very good knowledge of English; basic knowledge of international economics

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module acquire a broad knowledge of the functioning of political economic systems. They understand the power and significance of key economic policies, such as fiscal, monetary, competition and industrial policies.

Knowledge deepening

Students understand the challenges of national policy making within the framework of political systems and political culture.

Students realize the importance of the political system, its structures and policies for the way enterprises need to work

Knowledge Understanding

Students develop the skills to apply their knowledge to decision making both at the national and the corporate level.

Students develop the competency to apply advanced economic and business analysis methods.

Academic Innovation

Students recognize the multiple challenges for corporate managers and for national leaders. They recognize the dilemmas and learn to take positions.

Communication and Cooperation

Students present the results of their groupwork and of case studies they look at.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students understand the importance of a sound knowledge of global economic issue.

Students learn to see and appreciate the power of economic theories to understand economic phenomena.

Literature

Gilpin, R. (2001), Global Political Economy, Princeton University Press;

Bairoch, P. (1995), Economics and World History, University of Chicago Press;

Bhagwati, J. (2004), In Defense of Globalization, Oxford University Press;

Stiglitz, J. (2002), Globalization and its Discontents, Penguin Books, London;

Roubini, Muriel (2022): Megathreats, John Murray Publishers;

Roberts, Anthea & Nicolas Lamp (2021): Six Faces of Globalization, Harvard University Press;

Stiglitz, Joseph (2015), The Price of Inequality

Landes, D. (2002), The Wealth and Poverty of Nations, Abacus, London

IMF- World Economic Outlook

WTO: World Trade Report

UNCTAD: World Investment Report IIE: Washington Consensus

Applicability of the module

Linkage to other modules

This module in the first semester of the master program provides for a strong basis for other modules, in which a sound understanding of economic issues is helpful or even required.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Mayer, Peter

Teachers

- Mayer, Peter

[Back to Table of contents](#)

LEADERSHIP AND INNOVATION

Leadership and Innovation

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0108 (Version 1) of 02.04.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0108
Module level	Master
Language of instruction	German
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
27	Work in small groups		-
55	Creation of examinations		-
13	Preparation/follow-up for course work		-
10	Reception of other media or sources		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Homework / Assignment or
- Portfolio exam

Requirements for participation

Competency-based learning outcomes

Literature

- Bruch et. al: Leadership – Best Practices und Trends
- Streich et. al.: Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt
- Hausschild: Innovationsmanagement
- Kotter: Leading Change Kotter: On what leaders really do
- Schröder/Sommerlatte: Innovationsführerschaft - Credo und Praxis
- Stolzenberg: Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren
- Vahs/Brem: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung
- Vahs/Weiland: Workbook Change Management
- Wentz: Die Innovationsmaschine
- Witten et. al: Betriebliches Innovationsmanagement

In der jeweils aktuellen Auflage

Applicability of the module

Applicability in study programs

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Steinert, Carsten

Teachers

- Steinert, Carsten

LEADERSHIP IN INTERNATIONAL ORGANISATIONS

Leadership in International Organisations

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1110 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1110
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

"Leadership and social influence" as well as self-management, such as active learning, resilience, stress tolerance and flexibility, belong to the top future skills according to the World Economic Forum (2020).

This module encourages students to reflect their own attitudes, mindset and behaviour to reach own goals (self regulation) and their roles in diverse, international teams.

Teaching and learning outcomes

The module consists of two parts

I. Team-building in international teams

1. Principles of teams, teamwork and group dynamics

1.1 Group, team and organizations

1.2 Causal factors and indicators of team competence

1.3 Team roles and team standards

2. Team competence: shaping roles and relationships for effective teamwork

2.1 Stages of team building

2.2 Communication, problem-solving and decision-making

2.3 Team-building measures

2.4 Team reflexivity

The "Team-Building" part module can be replaced by an "excursion".

II. Leadership:

1. Personal Mastery: Self leadership and self efficacy

1.1 The Leader's Own Mindset: Emotions and Beliefs

1.2 Culture and Socialisations as framework

1.3 Changing attitudes and the behavioural repertoire for professional leadership of oneself and others

2. Role and task of executives in international organizations

1.1 Reflecting one's own experiences and leadership expectations (being led)

1.2 Understanding leadership as an executive (leading)

1.3 Challenges in diverse teams - reflecting cultural and institutional background of team members

2. Appraisal interviews

2.1 Setting targets and preparing interviews

2.2 Moderation

2.3 Feedback methods

2.4 Target agreement talks

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
20	Seminar	Presence	-
10	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-
10	Practice	Presence	-
5	Examination	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
36	Study of literature		-
6	Peer-Feedback		-
30	Presentation preparation		-
6	Self-Assessment		-
27	Other		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Portfolio exam or
- Written examination

Remark on the assessment methods

Portfolio Exam 1: Referat (70 points) and oral presentation (30 points)

Portfolio Exam 2: Term paper (50 points) and written exam (one hour, 50 points)

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Assignment: Around 2500-3000 Words; oral presentation around 10-20 minutes.

Term paper: Around 2000-2300 Words.

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Fundamental principles of employee leadership, communication and HRM (BA)

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

The students learn by practical exercises to reflect their expectations with regard to leadership in international teams and organisations. They are able to define and reflect their own role as member of a team and as executive manager.

Methodological resources, instruments and interventions for the leading of oneself as well as employees and teams/groups shall be used effectively.

Knowledge deepening

Students understand the principles of self-organization/self mastery. They know theories and practical interventions of leadership. They are able to differentiate team stages and roles in teams. They understand the specific challenges in international teams and different leadership settings, e.g. virtual leadership.

Application and Transfer

Students understand typical leadership challenges in international teams and are able to analyse the situation and come to adequate decisions. They integrate different perspectives and cultural backgrounds in their doing.

Academic Innovation

This course focusses on personality development. Scientific research is used for understanding own actions and thinking.

Communication and Cooperation

Students understand own effect on others and are able to communicate in an empathic and goal-oriented way. They are preparing talks and meetings and talk clearly and directly. They are capable of active listening and ask clarifying questions and pay attention to other people's nonverbal signals.

Students understand their role in a team and are willing to do their share of the work in a team to accomplish group objectives.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students understand ethical implications of their own responsibilities of decisions and actions. They reflect their own values and can understand why people in a diverse team come to different approaches.

Literature

Scientific Literature:

- Dronnen, M. (2020): Positive Leadership. Using Positive Psychology for a Better Workplace Culture. Springer.
- Einola, K. & Alvesson, M. (2021): The perils of authentic leadership theory. Leadership, 2021, Vol. 17(4) 483–490
- Zeitoun, H.; Nordberg, D. & Homberg, F. (2019): The dark and bright sides of hubris: Conceptual implications for leadership and governance research

Literature for practical exercises and reflections:

- Covey, St. (2006): Leadership Essentials. FranklinCovey, Utah, USA.

Actual additional articles are given in the course.

Applicability of the module

Linkage to other modules

Link to "HRM in MNEs"

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Schinnenburg, Heike

Teachers

- Unknown person
- Schinnenburg, Heike

[Back to Table of contents](#)

LEAN START UP AND INNOVATION

Lean Start Up and Innovation

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1099 (Version 1) of 31.05.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1099
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

Basic concepts, strategies and success factors of innovation and entrepreneurship. The lean management concept will be introduced and applied. Existing Business models will be examined. New business models will be developed by the students following the lean start up method.

Teaching and learning outcomes

1. Innovation Management
2. Success Factors for Innovations
3. Science based approaches to generate Innovation Developments
4. Creating and identifying Innovations
5. Concept and Product Developments Entrepreneurship: Implementation of Innovations
6. Lean Start up Method
7. Business Canvas
8. Business Cases

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
40	Seminar	Presence	-
5	Other	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
55	Preparation/follow-up for course work		-
50	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Written examination or
- Homework / Assignment

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of two presentations (PR) and a one-hour written examination (K1). The presentations are weighted by 25 points each and the K1 is weighted by 50 points.

Exam duration and scope

Written paper: approx. 12-15 pages

Written examination: in accordance with the valid study regulations.

Presentations of the portfolio exam: approx. 10-20 minutes each

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

A sound understanding of business management principles is very helpful.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students have a sound understanding of different innovation concepts which have been discussed in the modern business and economics literature.

Students have a sound understanding of the role of entrepreneurship in economic development and the hurdles entrepreneurs typically face.

Knowledge deepening

Students are able to translate their theoretical knowledge into a practical proposal for a business creation.

Knowledge Understanding

Students are able to use their competencies in finance, accounting and marketing and apply it to their unique case study.

Students are able to see their project in the context of the business environment and reflect on the perspective of banks, promotion agencies, city governments, potential employees.

Application and Transfer

Through working on own innovative projects, students learn to apply theoretical tools and generate new own strategies to design innovative and/or entrepreneurial projects.

Academic Innovation

Students discover the relevance and dynamic development of innovation management and entrepreneurship. They learn to see the open questions, to identify the new questions which come up because of the changing economic, political and social framework.

Communication and Cooperation

Students are able to discuss their ideas in groups. They reflect within their group the opportunities and risks and learn to weigh arguments

Students are able to present their ideas to others and convince them about the attractiveness of their idea.

Literature

The Lean Start UP by Eric Ries, 2011.

Business Model Generation, Osterwalder / Pigneur, 2010.

Applicability of the module

Linkage to other modules

Innovation is an important concept, virtually in all other modules students will study. The module is therefore aiming at opening the minds of students to apply innovation techniques on a regular basis.

The same applies to entrepreneurship.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Arnsfeld, Torsten

Teachers

- Arnsfeld, Torsten

[Back to Table of contents](#)

LEGAL ASPECTS OF INTERNATIONAL TRADE

Legal Aspects of International Trade

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1133 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1133
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

International business activities are always subject to a legal framework. This course familiarizes students with legal issues that arise specifically in the context of international business transactions, like international sales activities or foreign investments.

Teaching and learning outcomes

- History and specifics of different legal systems
- Law of conflicts in the EU and the US
- International sales law, in particular the CISC
- INCOTERMS
- Relevance of documents in international trade
- Handling of transaction risks in international trade
- International dispute settlement through litigation and arbitration

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Lecture	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Study of literature		-
30	Preparation/follow-up for course work		-
30	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

It is recommended that students have a basic understanding of private law.

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who successfully complete this module are familiar with relevant legal issues of international trade.

Knowledge deepening

Students who have gained knowledge on legal issues of international trade either in this or previous modules will enhance their skills in addressing and mitigating these risks.

Knowledge Understanding

Students who have completed this module are capable of using their knowledge of international business law to assess practical issues and identify potential risks.

Students are able to communicate with lawyers and other specialists on a professional level with regard to certain topics of international business law.

Application and Transfer

Students who have completed this module will be able to apply their knowledge in practical cross-border transactions, in particular in export/import transactions..

Academic Innovation

Students can evaluate the extent to which existing rules determine business processes in a clear way. They can analyse where "grey areas" exist and how a legal regime is likely to react to those. They can develop ways to optimize business processes against this background.

Communication and Cooperation

Students who have completed this module will be able to communicate with inhouse or external lawyers and business associates on a professional level with regard to international trade transactions.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who have completed this module will be able to apply their knowledge to assess and handle relevant legal issues in a business environment.

Literature

- DiMatteo, International Business Law and the Legal Environment
- August/Mayer/Bixby, International Business Law
- Schaffer/Agusti/Earle, International Business Law and its Environment
- Schmitthoff, The Law and Practice of International Trade

Applicability of the module

Linkage to other modules

This module is designed to complement the business modules of the course.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Sutschet, Holger

Teachers

- Sutschet, Holger

[Back to Table of contents](#)

MASTER MODULE

Master Module

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1100 (Version 1) of 28.03.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1100
Module level	Master
Language of instruction	German, English
ECTS credit points and grading	30.0
Module frequency	winter- and summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Special features of the module

The Master Module consists of two parts: the thesis (= "Master Thesis") and the colloquium. It concludes with an examination.

Module contents

Brief description

The Master Module is the final stage of the student's studies. It integrates the subject and interdisciplinary learning outcomes of the modules in context of the study program. Through the content-related subject area and the stringent processing of the research questions, the students can demonstrate their scientific and practical competencies in an exemplary manner. In scope and implementation, this module differs from all others of its course of study.

Teaching and learning outcomes

In the course of the Master Module, students work independently on a topic of practical relevance on the basis of relevant theoretical knowledge and, depending on the topic, their own empirical research with the help of adequate methods and techniques of scientific work.

The Master Module includes the identification and agreement of the topic, the development of the design in consultation with the responsible supervisor, the independent writing of the final thesis (= "Master Thesis) and the colloquium. The Master Thesis has to be submitted according to the special part of the examination regulations for the respective course of study, the thesis has a duration of four months and coordination of the topic as well as the preparation for the colloquium each comprise one additional month.

Some Master Theses are written in cooperation with a company / an organisation. The topic coordination research design (provision of data, coordination of internal processes for data protection, etc.) therefore requires an extensive understanding of the specifics of the practice partner. For this purpose, an internship often precedes the research. At the same time the supervising professor and the company have to communicate about the issue of the Master Thesis. If the Master Thesis is not written in direct cooperation, similar intensive preparations have to be made concerning the research design and the chosen sample.

With the Master Thesis, the student demonstrates in accordance with the General Part of the Examination Regulations, that he or she is able to work independently on a relevant problem from the field of the respective subject of the respective course of study independently on a scientific basis.

After submitting the Master Thesis, students prepare for their colloquium. According to the general part of the examination regulations within six weeks after submission of the thesis take place. In the course of the colloquium, the student shall, in accordance with the General Part of the Examination Regulations, demonstrate the ability to interdisciplinary and problem-related issues from the field of the subject on a scientific basis. In the colloquium the graduates demonstrate that they have made well-founded priorities in the thesis, have an understanding of the scientific methods and results, and that they are able to place their own conclusions in complex contexts. Depending on the thematic and in consultation with the first examiner, a short presentation of the results may also be required before the procedure and results of the Master Thesis are presented, also with reference to related topics as well as complex cause-effect relationships are discussed.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 900 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
10	Individual coaching	Presence or online	-
10	Other	Presence or online	Individual Coaching

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
880	Creation of examinations		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Final Degree Thesis and Final Oral Examination

Exam duration and scope

Master Thesis: approx. 60-80 pages

Colloquium: in accordance with the general part of the examination regulations

The specific framework conditions and requirements are coordinated between first/second examiners and students.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Adequate specialized knowledge to the object of the study. The knowledge to prepare a scientific work at Master's level (interdisciplinary knowledge and skills).

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who have successfully studied this module,

- are able to define the practically relevant operational and management topic and put it in a context.
- are able to identify and develop adequate sources and they can balance critically its solidity.

Knowledge deepening

Students who have successfully studied this module,

- are able to evaluate critically the present knowledge from research and teaching.
- are able to identify ethical implications.
- are able to create a scientific research approach to work on this topic
- are able to defend this approach.

Knowledge Understanding

Students who have successfully studied this module,

- are able to prepare a study proposal.
- are able to plan and complete the Master Thesis independently.
- are able to prove their originality and creativity in the application of knowledge.

Application and Transfer

Students who have successfully studied this module,

- are able to carry out a pilot study on a quantitative and or qualitative basis to support the research approach.
- are able to develop conceptual proposals for action for relevant problems in practice on the basis of scientific findings.
- are able to collect primary data for the Master Thesis and the colloquium using quantitative and/or qualitative data methods, analyze them and use them to solve application-related problems.

Academic Innovation

Students who have successfully studied this module will

- draft research questions, which they pursue within the framework of the final thesis and additionally in the colloquium.
- propose concrete ways of operationalizing their research results and justify their choice.
- select adequate research methods with regard to their object of research and are able to justify their selection.
- explain their research results and also include critical aspects.

Communication and Cooperation

Students who have successfully studied this module will

- can analyze the data obtained and present them using appropriate techniques in writing in the Master Thesis and orally in the colloquium.
- can argue coherently and convincingly, citing relevant, up-to-date, high quality cite relevant sources.
- can competently and convincingly exchange ideas in the research field of their thesis.
- can also critically reflect on controversial views and limitations of their Master Thesis.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who have successfully studied this module will

- assess their own abilities, make autonomous use of their liberties in terms of creativity and decision-making possibilities and enlarge them under guidance.
- recognize situationally appropriate and cross-situational framework conditions and reflect on decisions responsibly and ethically.
- develop a professional self-image, which is based on goals and standards of professional action both in science and in professional life outside science.

Literature

Jankowicz, A.D.: Business Research Projects, International Thomson Business Press in current edition and literature relevant to the particular project

Applicability of the module

Linkage to other modules

The master thesis deals with an individually chosen topic from the course of study.

Applicability in study programs

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Birnkraut, Gesa

Teachers

- Birnkraut, Gesa

[Back to Table of contents](#)

OPERATIONS MANAGEMENT

Operations Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0879 (Version 1) of 31.05.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0879
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

The aim of this module is to introduce to a broad range of operations management concepts, within the context of Change Management and Transformation. In addition to introductory sessions which explore the characteristics of operations management strategy and systems, a number of areas provide the framework for study: Process design - including product/service, process, supply chain, layout and flow, and job design, Planning and control - including capacity, JIT/lean and quality, Thematic change programmes/philosophies.

Teaching and learning outcomes

- 1 Foundations
 - 1.1 Operations Management, Innovation and Transformation
 - 1.2 Operations Strategy
 - 1.3 Operations Performace
- 2 Operations Management - Design
 - 2.1 Process design and technology
 - 2.2 Layout and Flow
- 3 Operations Management - Planning and Control
 - 3.1 Capacity Planning and Control
 - 3.2 ERP/MRP, Lean Synchronisation and TQM
- 4 Operations Management - Improvement
- 5 Summary

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
45	Seminar	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
105	Preparation/follow-up for course work		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

PFP-1 has 100 points and consists of a presentation with written report (50 points) and a one-hour written exam (50 points).

PFP-2 has 100 points and consists of a presentation (50 points) and a one-hour exam (50 points).

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Presentation (approx. 15-20 Min) with written report (approx. 5-10 pages)

Presentation (approx. 20-30 Min)

The requirements are specified in the respective concrete event.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

None

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who have completed the module successfully, have a knowledge about principles of operations management in the context of Innovation and Change. Students understand the major theories, concepts and practices of operations management and are able to analyse the effectiveness of operations management practices in a wide range of organisations and sectors (manufacturing, service and public sector).

Knowledge deepening

Students who have completed the module successfully, demonstrate a deep understanding of theoretical principles through application to organisational problems. Students are able to analyse and challenge organisational practices using systems concepts and have a deep knowledge in using the principles of operations management in the context of Innovation and change.

Knowledge Understanding

Students who successfully complete this module are able to consolidate information from different areas of the internal business process and analyze it.

Application and Transfer

Students are able to work confidently with operations management tools.

Communication and Cooperation

Students who successfully complete this module are able to analyze operation issues, and interpret and present the results. Students will learn to deliver MECE arguments (mutually exclusive and collectively exhaustive) and prepare convincing presentations.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who successfully complete this module recognize situation-adequate and situation-spanning framework conditions of professional action on an operational level and reflect operational decision making in a responsible-ethical manner.

They are able to reflect critically on actions on an operational level in relation to social expectations and consequences and develop their professional actions further.

Literature

Nigel Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (in the latest edition),

Operations Management, 6th edition, Pearson Education Limited

Brandon-Jones, A., Slack, N. (in the latest edition), Quantitative Analysis in Operations Management, Prentice Hall

Nigel Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (in the latest edition), Operations and Process Management: Principles and Practice for Strategic Impact, Prentice Hall

Yalabik, B., Howard, M., Roden, S. (in the latest edition), The innovation game: lessons in strategy and managing operations, International Journal of Operations & Production Management (in the latest edition)

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module is part of the Innovation and Transformation focus. It prepares you for advanced modules in the areas of change management and innovation management.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Halstrup, Dominik

Teachers

- Halstrup, Dominik

[Back to Table of contents](#)

PERFORMANCE, RISK AND RESILIENCE

Performance, Risk and Resilience

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1115 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1115
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

Companies set themselves individual, sustainable (economic, environmental and social) objectives. Which have to be reviewed on a regular basis to find out if the objectives or the way to achieve them have to be modified. This process became much more complicated due to the increasing dynamics of a company's environment.

In order to be able to act instead of just react, companies have a closer look on their PERFORMANCE, using performance measurement systems.

Furthermore, RISKS that may endanger reaching the goals have to be identified, evaluated and considered in taking decisions. Early warning systems and risk management systems are therefore implemented.

In order to keep risks as low as possible, the company should have the most resilient structures possible (RESILIENCE).

As such, this module deals with three major aspects: performance, risk and resilience.

Students will receive a thematic and conceptual introduction to the following concepts:

1. Performance and performance measurement systems
2. Risk, risk management systems, and early warning systems
3. Resilience and its significance for managing a company in an increasingly volatile environment

Teaching and learning outcomes

1. Principles and conceptual basics of resilience
2. Principles and methods of risk management
3. Concepts and strategies for increasing the resilience of a company

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Lecture	Presence	-
15	Practice	Presence or online	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
50	Preparation/follow-up for course work		-
25	Study of literature		-
30	Exam preparation		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam or
- Portfolio exam or
- Written examination

Remark on the assessment methods

The examination format will be chosen by the lecturer in compliance with the applicable examination rules.

PFP-1: The portfolio exam covers 100 points and consists of a written paper (HA), a 30-minutes written examination (K0.5), and a one-hour written examination (K1). K1 is weighted by 50 points. K0.5 and HA are weighted by 25 points each.

PFP-2: The portfolio exam covers 100 points and consists of two written papers (HA) and a one-hour written examination (K1). K1 is weighted by 50 points. Each HA is weighted by 25 points.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Written paper: approx. 3.000 - 3.500 words

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation**Recommended prior knowledge**

None

Competency-based learning outcomes**Knowledge Broadening**

By completing the module successfully, students will be know how to implement, use, and evaluate the effectiveness of performance measurement systems as well as risk management and early warning systems. They also know about the effectiveness of resilience for a sustainable management control.

Knowledge deepening

The students learn to apply sustainable and resilient management methods and tools (e.g., risk management for climate adaptation measures).

Knowledge Understanding

The students are able to understand complex issues and risks in a professional manner using the example of a company and can interpret them in terms of sustainable development.

Application and Transfer

The students are able to look on performance from diverse perspectives and consider risks in their decision making, e.g. by applying scenarios and supporting resilience.

Academic Innovation

The students gain practice in critically examining performance and implementing suitable methods for performance measurement and for considering risks in taking decisions.

Communication and Cooperation

Through discussing about evaluating risks, interpreting potential scenarios of a company's future, and defining suitable measures, the students improve their communication skills.

Academic Self-Conception / Professionalism

The students are encouraged to develop independent solutions that typically require trade-offs among various (sometimes conflicting) goals.

Literature

Chermack, T.J.: Using Scenarios: Scenario Planning for Improving Organizations, Berrett-Koehler Publishers 2022.

Helmold, M.; Samara, W.: Progress in Performance Management. 2019.

Hopkins, P., & Thompson, C.: Fundamentals of Risk Management: Understanding, Evaluating and Implementing Effective Enterprise Risk Management. 6th edition, 2021.

Kaplan, R.S.; Norton, D.P.: Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action, 1996.

Wang, C., Yang, Z., Zhang, D., Yan, X., & Fan, S. (2018) Resilience in transportation systems: A systematic review and future directions. Transport Reviews, 38, 479–498.

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module has a cross-sectional function for the entire programme, i.e. the course and its topics are of relevance for all other modules of the programme.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Wendehals, Marion

Teachers

- Wendehals, Marion

[Back to Table of contents](#)

PRODUCT AND INNOVATION MANAGEMENT

Product and Innovation Management

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M0139 (Version 1) of 29.05.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M0139
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only winterterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

In the new VUCA world (Volatility, Uncertainty, Complexity and Ambiguity), innovation is a prerequisite and a key driver for economic success. In order to remain competitive, a permanent willingness and ability to innovate is required in many markets. This ranges from the innovation of entire business models to product innovations and process innovations.

However, innovation is not a matter of chance. Managing the innovation processes is a core competence in many industries. The aim of this module is to give students an understanding of the market processes that require or enable innovation and, at the same time, to provide them with the strategic and operational tools to manage innovation processes at the corporate and departmental level.

Teaching and learning outcomes

A. Industry dynamics

1. Understanding the sources of innovation
2. Types and patterns of innovations
3. Platform competition and "winners-take-it-all" markets

B. Innovation strategies

1. Defining the overall innovation strategy
2. Finding and prioritizing innovation fields and projects

C. Operational innovation management

1. Pricing of innovations
2. Managing the new product development process

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
35	Lecture	Presence	-
10	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
70	Preparation/follow-up for course work		-
21	Exam preparation		-
14	Study of literature		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Written examination or
- Portfolio exam or
- Oral presentation, with written elaboration

Remark on the assessment methods

The portfolio exam covers 100 points and consists of one written paper (HA) and a one-hour written examination (K1). The written paper and the examination are weighted by 50 points each.

Exam duration and scope

Written examination: in accordance with the valid study regulations

Report: presentation of approx. 20-40 minutes with written report of approx. 5-10 pages

Written paper (as part of the portfolio exam): approx. 10 pages

The requirements are specified in the relevant class.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Basic marketing knowledge

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students are familiar with the different dimensions of innovation and know the main internal and external drivers of the innovation process.

Knowledge deepening

The students know scientifically proven success factors for the individual process elements and innovation steps and can include these specifically in the decision-making process.

Knowledge Understanding

Students will be able to classify, analyze and comment on relevant innovation theories. They can reflect on their own arguments as well as those of others, check them and weigh them against each other against the background of professional plausibility. Current research results from innovation management can be analyzed, questioned and applied.

Application and Transfer

The students know the current state of knowledge and can apply the knowledge specifically in exercises and case studies. Building on the theory, they can design and structure practical solutions.

Academic Innovation

Students are able to draw not only on textbook knowledge but also on current research findings to solve concrete problems in innovation management. They are able to transform practical problems into research questions and thus arrive at evidence-based solutions based on specialist literature.

Communication and Cooperation

Students will be able to present knowledge and competencies on innovation management in a goal-oriented and situation-appropriate manner, both in small and larger groups. Through discussions and presentations, they will learn to represent their own points of view, to understand and reflect on other positions, and to develop syntheses and creative solutions based on these.

Academic Self-Conception / Professionalism

Students will be able to critically reflect on innovation management issues. They have the ability to evaluate the existing knowledge against the background of ethical standards and to assess the social impact in terms of sustainability.

Literature

Schilling, Melissa: Strategic Management of Technological Innovation, 2022

Trott, Paul: Innovation Management and New Product Development, 2021

Case Studies

Current articles from marketing and management magazines

Applicability of the module

Linkage to other modules

The module is very well integrated into the master program. Innovation management is a cross-sectional function in marketing. Sound knowledge of innovation management therefore provides an important foundation that also enables a deeper understanding of the content in international marketing, brand management and sales and cooperation management.

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A.

People involved in the module

Person responsible for the module

- Roll, Oliver

Teachers

- Roll, Oliver

[Back to Table of contents](#)

STRATEGIC MANAGEMENT IN DISRUPTIVE TIMES – THEORY AND PRACTICE

Strategic Management in Disruptive Times – Theory and Practice

General information about the module

Faculty of Business Management and Social Sciences

Module 22M1132 (Version 1) of 25.11.2024. Approval status: approved

Module identifier	22M1132
Module level	Master
Language of instruction	English
ECTS credit points and grading	5.0
Module frequency	only summerterm
More information on frequency	-
Duration	1 semester

Module contents

Brief description

This course is designed for future managers and leaders that are keen to be involved in the strategic management process in organisation during disruptive phases. The module is designed to assist students to develop a strategic mindset and to acquire the essential skills to survive a turbulent business world. They will be introduced to concepts and analytical tools covering the strategic analysis, the identification and choice of strategic options and address the challenges and pitfalls of implementing strategy. A dynamic and hands on approach is taken throughout the lecture activities and case studies where participants are challenged to think and reflect about how to apply strategic frameworks and concepts to their own research work . By the end of the course students should be equipped with the tools and techniques to be effective in thinking and acting strategically.

Teaching and learning outcomes

1. Strategic Environment.
2. Disruptive forces and their impact.
3. Alignment and Adjustment of strategies due to disruption.
4. Evaluation of Strategic Capabilities.
5. Strategic Purpose.
6. Disruptive Scope.
7. Strategy Development Process.
8. Assessment of Strategic Management.
9. Critical Reflection on Strategy and Disruption.

Workload, teaching and learning methods

Overall workload

The total workload for the module is 150 hours (see also "ECTS credit points and grading").

Teaching and learning methods

Lecturer based learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
10	Lecture	Presence	-
35	Learning in groups / Coaching of groups	Presence	-

Lecturer independent learning

Hours of workload	Type of teaching	Media implementation	Concretization
30	Exam preparation		-
40	Preparation/follow-up for course work		-
35	Work in small groups		-

Requirements for the award of ECTS credit points

Graded examination

- Portfolio exam

Remark on the assessment methods

The portfolio examination covers 100 points and consists of a one-hour written examination and a case study report (presentation and written report). The written examination is weighted by 40 points and the report by 60 points.

Exam duration and scope

Written examination of the portfolio examination: in accordance with the valid study regulations

Presentation of the portfolio examination: approx. 25 minutes

Written report of the portfolio examination: approx. 30 pages

The requirements are specified in the respective lectures.

Requirements for participation

Recommended prior knowledge

Fundamental principles of strategic management, strategy process, management tools, management concepts, strategy evaluation, fundamental principles of controlling, fundamental processes of project and process management

Competency-based learning outcomes

Knowledge Broadening

Students who have completed the module successfully,

- have a knowledge about principles of strategic management
- are familiar with key analytical tools for strategy formulation
- understand business and corporate strategies at all levels of the organisation
- develop and understand best practices for strategy implementation

Knowledge deepening

Students who have completed the module successfully will know how to;

- adopt an strategic mindset
- articulate strategic requirements
- harness disruptive issues and situations in a business context and find a valid strategic positioning
- demonstrate awareness of the issues associated with the growth of an organisation in order to address change

Knowledge Understanding

Students who have completed the module successfully are able to;

- analyse and understand the complexities of an organisation
- analyse and understand strategic implications during crisis management
- analyse and communicate essential moves to design and implement change

Application and Transfer

Students who have completed the module successfully;

- can review and analyse a business situation
- can systematically evaluate cause and effect scenarios
- able to use research methods to evaluate and reflect and find solutions

Academic Innovation

Students who have completed the module successfully;

- able to apply theories and models to business development issues in an innovative manner
- can analyse and present MECE arguments
- can conduct independent research and develop new contemporary approaches to strategic situations
- able to demonstrate a high level of expertise in the field of strategic management both in study and professional practice

Communication and Cooperation

Students who have completed the module successfully;

- able to interpret and explain disruptions in organisational situations related to strategy
- able to modify their leadership behaviour so to improve strategic performance
- can collect and interpret data both internal and external environments leading to a decision making process

Academic Self-Conception / Professionalism

Students who have completed the module successfully;

- can critically reflect on developed or proposed strategies
- can assess a situation at hand with relevant information and consolidate this into strategic solutions with persuasive stances
- can analyse and present MECE arguments

Literature

Hill, Ch.W.L., Jones, G.R. Strategic Management, An Integrated Approach,(1999), South Western Education.

Mintzberg, H. et.al. The Strategy Process - Concepts, Contexts, Cases, (2003), Prentice Hall.

Lynch, R. Corporate Strategy,(2000),2nd Edition, Financial Times/Prentice Hall.

Applicability of the module

Applicability in study programs

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)

People involved in the module

Person responsible for the module

- Kaur-Lahrmann, Ravinder

Teachers

- Kaur-Lahrmann, Ravinder

[Back to Table of contents](#)

AKTUELLE AMBIGUITÄTEN DER ARBEITSWELT

Current ambiguities of the working world

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1098 (Version 1) vom 02.04.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1098
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Zentrales Ziel dieses Moduls ist es, Studierende auf komplexe personalpolitische Herausforderungen in einem sich schnell verändernden und durch Ambiguitäten geprägten Kontext vorzubereiten. Die Transformation des Personalmanagements angesichts aktueller Entwicklungen wird diskutiert. Die Wirkungen von Kooperations- und Konfrontationsstrategien im Zusammenspiel von externen und internen Akteuren in einem zunehmend globaleren Umfeld werden beleuchtet.

Auf der Basis eines breiten Grundlagenwissens im Personalmanagement werden praxisrelevante aktuelle Fragestellungen gezielt verdeutlicht. Die Bedeutung der Implementierungsphase für den Erfolg von Personalmanagement-Instrumenten wird vermittelt. Mit Hilfe systematischer Lösungsstrategien wird die methodische, soziale und anwendungsbezogene Kompetenz entwickelt.

Lehr-Lerninhalte

Aktuelle Herausforderungen des HRM und geeignete Kooperations- und Konfrontationsstrategien, z.B. in den Bereichen - Internationalisierung - Mikropolitik - Industrielle Beziehungen (national sowie international) - Employability und Karriereentwicklung unter Berücksichtigung von Genderaspekten - Begleitung von Change Prozessen durch das HR-Management - Flexibilisierung & Individualisierung - Digitalisierung und Implementierung von HR-Instrumenten

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
14	Vorlesung	Präsenz	-
16	Übung	Präsenz oder Online	-
4	Prüfung	Präsenz	-
11	individuelle Betreuung	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
29	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
23	Arbeit in Kleingruppen		-
10	Literaturstudium		-
20	Referatsvorbereitung		-
18	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
5	Selbsteinschätzung		-

Weitere Erläuterungen

Die Veranstaltung wird seminaristisch durchgeführt. Vorlesungsanteile wechseln mit Diskussionen, Übungen, Gruppenarbeiten sowie Referaten ab.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung umfasst insgesamt 100 Punkte. Diese setzen sich zusammen aus einem medialen Projektbericht und einer Hausarbeit (PME: 60 Punkte & HA 40 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolio-Prüfung: siehe "Bemerkungen zur Prüfungsart", HA ca. 5 - 10 Seiten und PME ca. 45 - 50 Min.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundierte Grundlagenwissen im Personalmanagement und Grundzüge des Arbeitsrechts.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Komplexität aktueller personeller Fragestellungen insbesondere im Kontext der industriellen Beziehungen und der Internationalisierung erkennen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können aus einem integrierten Spektrum an Methoden passende Lösungen für besonderer Herausforderungen des HRM diskutieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können mit der Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit im HRM angemessen umgehen und hierzu eigene fundierte Entscheidungen begründen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, adaptieren adäquate Methoden zur Lösung von Herausforderungen des HRM kontextbezogen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden können die Studien, die sie anhand selbstständig ausgewählter Gütekriterien überprüft haben, vor dem Hintergrund ihrer Fragestellung und des aktuellen Forschungsstands evaluieren und Forschungsansätze für die betriebliche Personalforschung schlussfolgern.

Die Studierenden können die Daten, die sie anhand selbstständig entwickelter qualitativenr Methoden gewonnen haben, vor dem Hintergrund ihrer Fragestellung und des aktuellen Forschungsstands auswerten.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können auf der Basis anerkannter Methoden eigene Lösungsvorschläge begründen und die Chancen und Risiken kritisch konkretisieren, abwägen und diskutieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können eigenes und fremdes berufliches Verhalten auf Grundlage ihres Wissens über ethisch, sozial, ökonomisch und rechtlich relevante Problemstellungen des Personalmanagements normativ einordnen. Sie begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe aus der einschlägigen Fachliteratur sowie aus Studien.

Literatur

Böhmer, Nicole; Schinnenburg, Heike; Steinert, Carsten (Hrsg.): Fallstudien im Personalmanagement. Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München.

Gröbel, Rainer, & Dransfeld-Haase, Inga (Hrsg.): Strategische Personalarbeit in der Transformation: Partizipation und Mitbestimmung für ein erfolgreiches HRM. Frankfurt am Main: Bund-Verlag.

Scholz, Christian: Personalmanagement. 6. München.

In der jeweils aktuellen Aufgabe.

Aktuelle Literatur (insbesondere Artikel aus Fachzeitschriften) zu den jeweiligen Themen/Fällen wird am Semesteranfang bekannt gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul ist das erste von drei Modulen des Schwerpunkts Personal. Es legt die Grundlagen für die weiteren Module, insbesondere den intensiven Praxistransfer im dritten Modul, das auf Fallstudien und Konzeptentwicklung fokussiert.

Das Modul inkludiert zudem Anknüpfungspunkte zu den Kernkompetenzmodulen der MA-Programme im Bereich HRM.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Böhmer, Nicole

Lehrende

- Böhmer, Nicole

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

BUSINESS DATA SCIENCE - VON DATEN ZU PROGNOSEN UND ENTSCHEIDUNGEN

Business Data Science - Forecasting and Decision Making

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1097 (Version 1) vom 08.06.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1097
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Entscheidungen auf allen Unternehmensebenen werden mehr und mehr datengetrieben gefällt. Das Modul macht diese Entscheidungsprozesse und den algorithmischen Rahmen auf praktische Weise transparent und zugänglich.

Lehr-Lerninhalte

1. Softwaregestützte Datenaufbereitung – Allgemeines
2. Lineare Regression
3. Logistische Regression
4. Entscheidungsbäume
5. Texte als Datengrundlage
6. Clustering
7. Visualisierung
8. Ausgewählte Verfahren der Optimierung / Operations Research

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
40	Seminar	Präsenz	-
5	betreute Kleingruppen	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
50	Prüfungsvorbereitung		-
55	Arbeit in Kleingruppen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

PPF-1: (100 Punkte) umfasst eine einstündige Klausur (50 Punkte) und ein schriftlicher Projektbericht (50 Punkte).

PPF-2: (100 Punkte) umfasst eine einstündige Klausur (50 Punkte) und eine Hausarbeit (50 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Schriftlicher Projektbericht im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 10 - 20 Seiten

Hausarbeit im Rahmen der Portfolio-Prüfung: ca. 10 - 20 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Umgang mit Serien von Fehlermeldungen, wie sie bei der Entwicklung technischer Systeme üblich sind.

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden beherrschen Grundtechniken der Datenanalyse, können Fragen aus der Praxis in die geeignete rechnergestützte Modellierverfahren übersetzen, können die Ergebnisse evaluieren, Interpretieren und Visualisieren und somit die Praxisentscheidungen unterstützen. Die Studierenden beherrschen die Grundtechniken der rechnergestützten Datenanalyse mit der speziellen Stoßrichtung der Kommunikation des Vorgehens und der Ergebnisse an andere Fach- und Führungskräfte. Sie können diese Kenntnisse mittels eigener Programmierung und in einem vom Dozenten festzulegenden Softwareframework exemplarisch umsetzen.

Wissensvertiefung

Die Teilnehmer kennen auch planerische Implikationen der Verfahren und können Aufwände bei den Vorverarbeitungs-, Modellierungs- und Interpretationsschritten der Datenanalyse abschätzen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können mit einem professionellen Softwareframework Modelle erstellen, evaluieren und Interpretationen stützen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Ergebnisse ihrer Hausarbeit präsentieren und ihre Lösungen und Methoden schriftlich sowie mündlich darstellen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden kennen professionelle Software-Tools zur Datenanalyse. Sie können ihre Einsetzbarkeit für unterschiedliche Anwendungen beurteilen.

Literatur

Géron, Aurélien. Praxiseinstieg Machine Learning mit Scikit-Learn, Keras und TensorFlow: Konzepte, Tools und Techniken für intelligente Systeme. O'Reilly, 2020. Field, Andy. Discovering statistics using IBM SPSS statistics. Sage, 2013.

Andy Field, Jeremy Miles, and Zoë Field. Discovering Statistics Using R. SAGE Publications, 2012.

Hyndman, Rob J., and George Athanasopoulos. Forecasting: principles and practice. OTexts, 2014.

Michalski, Ryszard S., Jaime G. Carbonell, and Tom M. Mitchell, eds. Machine learning: An artificial intelligence approach. Springer Science & Business Media, 2013.

Runkler, Thomas A. Data Mining: Modelle und Algorithmen intelligenter Datenanalyse. Springer-Verlag, 2015.

Wollschläger, Daniel. Grundlagen der Datenanalyse mit R: eine anwendungsorientierte Einführung. Springer-Verlag, 2015.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Analyse von Datensätzen und daraus abgeleitete Handlungsempfehlungen sind in allen Modulen anwendbar, die empirisch arbeiten.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Faatz, Andreas

Lehrende

- Faatz, Andreas

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

E-BUSINESS - REALISIERUNG DER DIGITALEN WERTSCHÖPFUNGSKETTE

E-Business - Realisation of the Electronic Value-Chain

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1134 (Version 2) vom 12.12.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1134
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

eBusiness als die Orchestrierung aller internen und externen Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit Hilfe von elektronischen Netzen insbesondere des Internets ist mittlerweile Fakt der globalen Wirtschaft geworden. Kein Zweig der Industrie und des Dienstleistungswesens kann sich mittlerweile mehr dem eBusiness verschließen, wenngleich noch viele Fragen offen sind. Diese betreffen ökonomische wie technische und organisatorische Aspekte des eBusiness. So sind beispielsweise eBusiness Standards weiterhin ein Bereich mit großem Handlungsbedarf.

Lehr-Lerninhalte

1. eBusiness - Einführung - Informationstechnologie: Infrastruktur und Basistechnologien als Enabler - Informationsökonomie: die elektronische Wertschöpfungskette - Informationswettbewerb: Stakeholder und Geschäftsmodelle - Handlungsfelder im eBusiness
2. eProcurement - Grundlagen des digitalisierten Einkauf - Management, Prozesse und Systeme des digitalen Einkaufs
3. eShop - Grundlagen des digitalisierten Verkaufs - Management, Prozesse und Systeme des digitalen Verkaufs - Kundengewinnung und Kundenbindung in Zeiten sozialer Netzwerke und elektronischer Medien
4. eMarketplace - Grundlagen des elektronischen Handels - Management, Prozesse und Systeme des digitalen Handels
5. eCommunity - Grundlagen sozialer Netzwerke - Management, Prozesse und Systeme sozialer Netzwerke

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Seminar	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
105	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer Hausarbeit (HA) und einer Präsentation (PR). Die HA wird mit 70 Punkten und die PR wird mit 30 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Portfolio-Prüfung:

- Präsentation: ca. 20 Minuten
- Hausarbeit: ca. 10-15 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden verstehen, wie interne und externe Geschäftsprozesse elektronisch abgewickelt werden können, wie durch eBusiness neue Geschäftsfelder entstehen und alte verändert und optimiert werden. Sie begreifen den Zusammenhang zwischen unterschiedlichen Ausprägungen von eBusiness und der jeweiligen technischen Umsetzung.

Wissensvertiefung

Die Studierenden haben sich selbst ein vertieftes Bild von eBusiness gemacht, z.B. für eine bestimmte Branche, für einen bestimmten Geschäftsprozess, über eine bestimmte Technologie oder Standard.

Wissensverständnis

Die Studierenden können eBusiness-Konzepte einordnen, bewerten und in Modellform abbilden und beschreiben. Im praktischen Einsatz von eBusiness können sie aufgrund ihres Wissens Vorhersagen ökonomischer und technischer Art machen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig und eigenverantwortlich Informationen zu einem komplexen Thema einzuholen, dieses zu bewerten und praktisch umzusetzen.

So können sie Anforderungen an aktuelle Systeme des eBusiness aus Unternehmenssicht spezifizieren, geeignete Systeme identifizieren (z.B. Online-Shop Systeme, Sales-/ Marketing-Automation-Systeme, Analytische Systeme) und beispielhaft Anwendungsfälle in diesen Systemen bzw. Testumgebungen umsetzen.

Kommunikation und Kooperation

Sie haben gelernt, dieses Wissen anderen mitzuteilen, diese auf kritische Aspekte aufmerksam zu machen und Lösungen miteinander zu diskutieren.

Literatur

Chaffey, Dave; Arturi, Tanya; Edmundson-Bird, David: Digital Business and E-commerce Management. Pearson Education, London, in aktueller Auflage

Gläß, R.; Leukert, B.: Handel 4.0, Die Digitalisierung des Handels – Strategien, Technologien, Transformation, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, in aktueller Auflage

Heinemann, G.: Der neue Online-Handel, Geschäftsmodell und Kanalexzellenz im Digital Commerce, Springer-Verlag, Wiesbaden, in aktueller Auflage

Jelassi, T. and Enders, A. Strategies for E-business: Creating Value through Electronic and Mobile Commerce. Pearson Education, Edinburgh, in aktueller Auflage

Kollmann, Tobias: E-Business - Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Digitalen Wirtschaft. SpringerGabler, Wiesbaden, in aktueller Auflage.

Laudon, Kenneth, C.; Guercio Traver, Carol: E-commerce: business. technology. society. Pearson Education, Global Edition, in aktueller Auflage

Meier, Andreas; Stormer, Henrik: eBusiness & eCommerce – Management der digitalen Wertschöpfungskette. in aktueller Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, in aktueller Auflage

Schmidt, Andreas: Wissenszentriertes Kundenbeziehungsmanagement – Wie Customer Artificial Intelligence Ihr Unternehmen smart macht. Kohlhammer Verlag, in aktueller Auflage

The European eBusiness w@tch <http://www.ebusiness-watch.org/>

Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW), <https://www.bvdw.org/>

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh), <https://www.bevh.org>

Handelsverband Deutschland (HDE): Handel digital - Online Monitor. <https://www.einzelhandel.de/online-monitor>

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul steht in Beziehung zu den beiden weiteren Modulen der Vertiefung Digital Business.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schmidt, Andreas

Lehrende

- Schmidt, Andreas

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

END-USER DEVELOPMENT MIT OFFICE-ANWENDUNGEN

End-User Development with Office Applications

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0876 (Version 2) vom 12.12.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0876
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Office-Anwendungen wie z. B. Tabellenkalkulationsprogramme sind in Fachabteilungen mittlerweile so weit verbreitet, dass viele Unternehmen ohne sie stillstünden. Damit Office-Anwendungen auch bei häufigen Anforderungsänderungen die Geschäftsprozesse im Unternehmen weiterhin effektiv und effizient unterstützen können, müssen sie zunehmend durch deren Fachnutzer passend ergänzt, angepasst und auch weiterentwickelt werden. Dieser Trend wird durch die zunehmende Digitalisierung weiter verstärkt. Den Studierenden werden in diesem Modul die notwendigen Fertigkeiten und Fähigkeiten vermittelt, um Office-Anwendungen (insbes. MS Excel) zur Unterstützung und Automatisierung betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen selbstständig zu programmieren, zu ergänzen, anzupassen und weiterzuentwickeln. Im Mittelpunkt steht dabei die Programmiersprache Visual Basic for Applications (VBA), die sich insbesondere zur endbenutzerorientierten Programmierung eignet und große Potenziale zur Automatisierung von Arbeitsabläufen besitzt.

Lehr-Lerninhalte

1. Konzeptionelle Grundlagen des End User Development
2. Vorstellung ausgewählter Office-Produkte zur Unterstützung der betrieblichen Informations-verarbeitung
3. Einführung in die Entwicklung von Office-Anwendungen mit MS Excel und Visual Basic for Applications (VBA)
4. Management und Governance von Office-Anwendungen

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
80	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
25	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung umfasst zwei Teilleistungen: Präsentation (PR) und Projektbericht schriftlich (PSC) mit insgesamt max. 100 Punkten. Der Projektbericht wird mit 70 Punkten und die Präsentation mit 30 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Hausarbeit: 15 Seiten zzgl. Anhang/Anlage

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Portfolioprüfung: Präsentation ca. 20 bis 40 Minuten und Projektbericht, schriftlich ca. 10 bis 15 Seiten, exklusive Anhang

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Kenntnisse über die Bedienung und Steuerung eines PC sowie Kenntnisse über die Handhabung von Office-Software (z. B. nach ECDL).

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden besitzen Kenntnisse über den State of the Art der betrieblichen Informationsverarbeitung auf der Basis marktgängiger Office-Lösungen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden können die Anwendungsfelder des End-User Development zur Unterstützung der betrieblichen Organisationsgestaltung identifizieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden können Office-Anwendungen in bestehende Geschäftsprozesse, Organisationsstrukturen und Anwendungslandschaften integrieren.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende betriebswirtschaftliche Aufgabenstellungen durch die Gestaltung von Office-Anwendungen unterstützen und automatisieren. Sie beherrschen den Umgang mit einer endbenutzer-orientierten Programmiersprache und einer modernen Entwicklungsumgebung.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden sind befähigt, Problemstellungen der Softwareentwicklung im Rahmen eines gestaltungsorientierten Forschungsansatzes (Design Science Research, DSR) zu handhaben und implementierungsrelevante Informationsquellen systematisch zu erschließen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden besitzen die Fähigkeit, Entwicklungsprozesse für das End User Development aktiv zu begleiten sowie Nutzeffekte von Office-Anwendungen kritisch zu bewerten und zu kommunizieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können die ökonomischen Konsequenzen des Einsatzes von Office-Anwendungen bewerten.

Literatur

Alpar P, Alt R, Bensberg F, Czarnecki C (2023) Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik – Strategische Planung, Entwicklung und Nutzung von Informationssystemen, 10. Aufl., Springer Vieweg, Wiesbaden, <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-40352-2>

Kämper S (2009) Grundkurs Programmieren mit Visual Basic - Die Grundlagen der Programmierung, 3. Aufl., Wiesbaden.

Kozlova E (2013) Governance der individuellen Datenverarbeitung - Wertorientierte und risikobewusste Steuerung der IDV-Anwendungen in Kreditinstituten, Wiesbaden.

Microsoft Corporation (Hrsg.)(2024): [VBAL] VBA Language Specification Release: November 12 2024, im Internet: <https://msopenspecs.azureedge.net/files/MS-VBAL/%5bMS-VBAL%5d.pdf>

Nahrstedt H (2022) Die Welt der VBA-Objekte - Was integrierte Anwendungen leisten, 2. Aufl., Wiesbaden.

Theis T (2020) Einstieg in VBA mit Excel, 5. Aufl., Bonn.

Weber I (2024) VBA für Office-Automatisierung und Digitalisierung, Wiesbaden.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Die Kompetenzen sind relevant für die Durchführung von praxisorientierten Masterarbeiten, in denen die Gestaltung von Office-Anwendungen zur Handhabung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen thematisiert wird.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Bensberg, Frank

Lehrende

- Bensberg, Frank

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

FUSION, SANIERUNG UND DEVELOPMENT

Mergers, Reorganisation and Business Development

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0148 (Version 1) vom 02.04.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0148
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Bedingt durch den Hyperwettbewerb in vielen Produkt-/Marktfeldern sind Unternehmen einem hohen Anpassungs- und Reorganisationsdruck ausgesetzt, der sich Sanierungen, Turnarounds und Restrukturierungen manifestiert. Existenzbedrohende Unternehmenskrisen sollten proaktiv erkannt werden, anstatt lediglich Adhoc-Maßnahmen einzuleiten („Feuerwehrmanagement“).

Lehr-Lerninhalte

Fusionen:

- Theoretische Grundlagen von Fusionen und Übernahmen (M&A)
- Empirische Evidenzen und Stand der M&A
- Forschung - Grundlagen der Corporate Governance: Shareholder- vs. Stakeholder- Value
- Ziele und strategische Imperative von Fusionen und Übernahmen
- Strategische Erfolgsfaktoren von Fusionen und Übernahmen
- Strategische Allianzen als Realoptionen auf Fusionen und Übernahmen
- Grundmuster des M&A-Prozesses: Pre-Merger-, Dealclosing-, Post- Merger-Phase
- Grundlagen des Wertsteigerungsmanagements

Sanierung:

- Bestimmungsgründe von Unternehmenskrisen
- Finanzielle Sanierung: Sicherung des Liquiditätsstatus
- Strukturelle Sanierung: Nachhaltige Sicherung des finanziellen und organisatorischen Gleichgewichts
- Strategische Sanierung: Optimierung des Geschäftsfeldportfolios unter Wertsicherungs- und Wertsteigerungsaspekten
- Behavioristische Sanierung: ** Restrukturierung des institutionellen Machtgefüges ** Optimierung des Kompetenzen- und Fähigkeiten-Mix ** Optimierung der Personal- und Führungsprozess/-strukturen
- Tools und Techniken der Unternehmenssanierung

Development:

- Theoretische Grundlagen und Bestimmungsgründe des Unternehmenswachstums
- Wachstumsparadigmen: Strategien, Archetypen und Erfolgsmuster
- Optimierung des Geschäftsfeldportfolios unter Risiko-, Wachstums- und Renditegesichtspunkten
- Tools und Techniken des Business Development
- Grundlagen des New-Venture-Management
- Erfolgsfaktoren von New-Ventures
- Business Model Canvas - Blue Ocean – Red Ocean-Strategies
- KAM-WAM: Konsolidierungs-Achsen-Management – Wachstums-Achsen-Management
- Buy and Build Management

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
15	betreute Kleingruppen	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
25	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
52	Hausaufgaben		-
28	Literaturstudium		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einem Referat sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Das Referat und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Referat im Rahmend der Portfolio-Prüfungsleistung: ca. 20 - 40 Minuten mit einer schriftlichen Ausarbeitung von ca. 5 - 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Strategien und Implementation, Leadership und Innovation

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Anwendung des theoriegeleiteten Wissen auf praktische Managementprobleme und Situationen des Krisenmanagements, Erwerb methodischer Handlungskompetenz im Change Management unter besonderer Bezugnahme auf harte und weiche Verfahren.

Literatur

Hamel, G. : Leading the Revolution, Boston.

Hitt, M.A./Harrison, J.S./Ireland, R.D. : Mergers and Acquisitions – A Guide to Creating Value for Stakeholders, Oxford/New York/Athen usw.

Schmidt-Gothan, H./Rasche, C. : Die Turnaround Triade – Jenseits der reinen Kostensenkung, Advisum Turnaround Studie, München.

Hommel, U./Knecht, T.C./Wohlenberg, H. (Hrsg) (2017): Handbuch Unternehmensrestrukturierung/-sanierung: Grundlagen – Instrumente – Strategien, Wiesbaden Müller, H-E./Rasche, C.: Innovative Geschäftsmodelle, in WISU, 42. Jg., Heft 6, S. 805- 809.

Pfannstiel, M./Rasche, C. (Hrsg.) (2017): Service Business Model Innovation in Healthcare and Hospital Management – Models, Strategies Tools, Wiesbaden.

Rasche, C. : Multifokales Sanierungsmanagement: Von der engpaßorientierten zur mehrdimensionalen Krisenbewältigung, in: Burmann, C./Freiling, J./Hülsmann, M. (Hrsg.): Management von Ad-hoc-Krisen Grundlagen - Strategien – Erfolgsfaktoren, Wiesbaden, S. 73-90.

Schefczyk, M : Venture Capital, München, New York.

Weston, J.F./Chung, K.S./Siu, J.A. : Takeovers, Restructuring, and Corporate Governance, 2nd Edition, London/Sidney/Toronto usw.

Wurster, M.E. : Mehrdimensionales Restrukturierungsmanagement, Wiesbaden.

Zook, C./Allen, J. : Profit from the Core – Growth Strategy in an Era of Turbulence, Boston.

Rasche, C. : Pitfalls of Corporate Restructuring - Theorien, Trends und Thesen gescheiterter Veränderungsprozesse -, in Rausch, K. (Hrsg.): Organisation gestalten – Struktur mit Kultur versöhnen (Tagungsband der 13. wissenschaftlichen Fachtagung für Angewandte Wirtschaftspsychologie), S. 280-298.

Schmidt, A. : Überlegene Geschäftsmodelle – Wertegenese und Wertabschöpfung in turbulenten Umwelten, Wiesbaden

Jeweils in aktueller Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul steht in Beziehung mit den beiden vorangehenden Modulen der Vertiefung Change Management: Geschäftsmodellanalyse und Transformation und Leadership und Innovation

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Kruth, Bernd-Joachim

Lehrende

- Kruth, Bernd-Joachim

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

GESCHÄFTSMODELLANALYSE UND TRANSFORMATION

Business Model Analysis and Transformation

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M1094 (Version 1) vom 02.04.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M1094
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Veränderungsprozesse sind nicht mehr besondere Phänomene, sondern sie gehören zum Tagesgeschäft von Unternehmen. Das Modul vermittelt vorrangig die Analyse sowie Entwicklung von Geschäftsmodellen sowie das professionelle Management der Transformation. Das System Unternehmung steht mit seiner Komplexität im Vordergrund der Veranstaltung.

Lehr-Lerninhalte

- Notwendigkeit und Ziele von Change Management
- Strategie- und Geschäftsmodell-Veränderungen
- Verständnis und Analyse moderner Geschäftsmodelle und Start-up-Geschäftsideen (u.a. Business Canvas, digitale Plattformen u. Ökosysteme)
- Modelle und theoretischer Hintergrund des Veränderungsmanagements
- Die Rolle des HRM und der Führungskräfte bei der Implementation
- Kommunikations- und Partizipationstools im Change Prozess: Umgang mit Widerstand und Frust.
- Internationale und Interkulturelle Aspekte im Change Management

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
25	Vorlesung	Präsenz	-
11	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
9	Übung	Präsenz	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
33	Literaturstudium		-
20	Arbeit in Kleingruppen		-
24	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
28	Sonstiges		Fallstudienbearbeitung

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolioprüfung (100 Punkte) umfasst eine Hausarbeit (50 Punkte) sowie eine abschließende Klausur (K1), die mit 50 Punkten gewichtet wird.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Die Hausarbeit umfasst ca. 15 Seiten (bzw. das Äquivalent in Wörtern)

In der Portfolioprüfung umfasst die Hausarbeit ca. 8 Seiten (bzw. das Äquivalent in Wörtern).

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Bachelor-Vorkenntnisse: Gute Grundlagen der allgemeinen Betriebswirtschaft (u.a. Managementkonzepte und -tools, Verständnis der wesentlichen Funktionen in der BWL, Grundkenntnisse Strategie), Grundlagen des Personalmanagements,

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden bekommen einen Überblick über die Herausforderungen im Change Management. Sie reflektieren moderne Geschäftsmodelle auf der Basis ihrer betriebswirtschaftlichen Vorkenntnisse und verstehen Chancen und Risiken für Unternehmen und Gesellschaft. Sie lernen Modelle des Wandels kennen und verstehen, warum Veränderungen auch Widerstände und Frust auslösen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden erlangen vertieftes Wissen zur Geschäftsmodell-Analyse, Change Management und -implementation im Unternehmen. Sie verstehen die Bedeutung der Unternehmenskultur im Wandel und erwerben einen Einblick in internationale Herausforderungen im Change (Standardisierung versus lokale Adaption von Methoden und Konzepten).

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls sind in der Lage, typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen zu verstehen und zu analysieren. Sie können Ursachen komplexer Herausforderungen systematisieren und diese kritisch reflektieren sowie interpretieren.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden erweitern ihre methodischen und analytischen Kompetenzen durch die Bearbeitung praxisbezogener Fallstudien. Typische Problemstellungen in Veränderungsprozessen können sachgerecht analysieren und Neben- und Folgewirkungen alternativer Handlungsmöglichkeiten berücksichtigen. Sie sind bei der Planung von Veränderungsprozessen in der Lage, strategische Überlegungen, Interessen verschiedener Stakeholder sowie Werte gleichermaßen zu berücksichtigen, um zu nachhaltigen Ergebnissen für die Zukunft zu kommen.

Wissenschaftliche Innovation

Absolventen dieses Moduls können wissenschaftliche Erkenntnisse für Change Projekte anwenden, um Veränderungsprozesse professionell zu gestalten. Sie sind in der Lage, Vorgehensweisen zu evaluieren und angemessen anzupassen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden sind in der Lage, anhand von Fallstudien im Change Management komplexe Herausforderungen zu verstehen, im Team kooperativ alternative Lösungen zu durchdenken, Vor- und Nachteile verschiedener Interessengruppen abzuwägen und Empfehlungen vorzuschlagen.

Die Studierenden erkennen, welche Change-Themen zu Widerständen führen, verstehen die Bedeutung von mentalen Modellen und können diese in der Kommunikation berücksichtigen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventen dieses Moduls können Vorgehensweisen im Change kritisch hinterfragen und professionell beurteilen. Sie reflektieren ihr eigenes berufliches Handeln und ihre Erfahrungen kritisch mit Blick auf die Auswirkungen von Entscheidungen und können ihre Entscheidungsfreiheiten erkennen und angemessen nutzen.

Literatur

Allen, J. & Zook, Chr. (2022): When your business needs a second growth Engine. HBR, May-June 2022, p. 76-85 .

Burnes, B. (2009): Managing Change.

Dittrich-Brauner, K.; Dittmann, E.; List, V. & Windisch, C. (2013): Interaktive Großgruppen. Change-Prozesse in Organisationen gestalten. 2. Aufl., Springer

Gassmann & Ferrandina, 2021: Die Win-Win-Win-Formel, in HBM, 06/21

Krüger, W. / Bach, N. (2014): Excellence in Change.

Kotter, J.P. (2015): Die Kraft der zwei Systeme. In: HBM, Spezial Change Management.

BCG (2015): Navigating a World of Digital Disruption.

Helpap, S.; Schinnenburg, H. (2018): What Really Matters to Change Recipients – Dimensions of Supervisors' Change Communication. Asia-Pacific Journal of Management Research and Innovation (13) 3 & 4, S. 81-88.

Oreg, Bartunek, Lee & Do, 2018: An affect based Model of Recipients' Responses to Organizational Change Events, Academy of Management Review, 43/1, S. 65-86.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2011): Business Model Generation. Campus.

Schallmo, D.R.A. (2018): Geschäftsmodelle erfolgreich entwickeln und implementieren. SpringerGabler, 2. A.

Sowie weitere aktuelle Artikel

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Der Zusammenhang mit anderen Modulen kann hier nicht explizit zu einem Studiengang zugeordnet werden, da es sich um einen Schwerpunkt handelt, der von mehreren Studiengängen wählbar ist.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

KONZEPTENTWICKLUNG UND FALLSTUDIEN ZUM PERSONALMANAGEMENT

Concept Development and Case Studies concerning Human Resource Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0300 (Version 1) vom 02.04.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0300
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

In der Praxis der Personalarbeit müssen regelmäßig Entscheidungen mit unvollständigen Informationen und in einem engen Zeithorizont getroffen werden. Eine weitere Anforderung ist das Entwickeln von passgenauen Konzepten vor dem Hintergrund des zunehmend internationaleren Unternehmenskontextes. Statt einer "first-best"-Lösung ist es oftmals erforderlich mit Hilfe von Annahmen zu einer Entscheidung zu kommen, deren Tragfähigkeit sich erst mit der Zeit zeigen wird. Hier setzt dieses Modul an und bereitet die Studierenden anhand von Fallstudien auf komplexe Praxissituationen vor. Tragfähige Konzepte werden hierzu entwickelt. Zielsetzung ist es dabei, dass die Teilnehmer die Tragweite von Entscheidungen und die Interdependenzen erkennen und dennoch handlungsfähig bleiben.

Lehr-Lerninhalte

Fallstudien, die übergreifend die Herausforderungen des HRM aus den beiden vorangegangenen Modulen vertiefen und Interdependenzen verdeutlichen:

- Handlungsbedarf/-alternativen,
- Entscheidungskriterien und Entscheidungen sowie deren
- Implementierung mit den jeweils geeigneten Methoden.

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
15	Vorlesung	Präsenz	-
5	Übung	Präsenz oder Online	-
10	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-
15	Seminar	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
20	Literaturstudium		-
20	Arbeit in Kleingruppen		-
10	Prüfungsvorbereitung		-
15	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
5	Peer-Feedback		-
5	Selbsteinschätzung		-

Weitere Erläuterungen

Die Veranstaltung wird seminaristisch durchgeführt. Im Zentrum stehen dabei Fallstudien, die die Studierenden in Einzelarbeit vorbereiten und in Gruppenarbeiten diskutieren. Diskussionen und Übungen wechseln sich mit Vorlesungsanteilen sowie medialen Fallstudienmoderationen ab.

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Hausarbeit oder
- Fallstudie (schriftlich)

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte. Diese setzen sich zusammen aus einer medialen Arbeitsprobe und einer schriftlichen Fallstudie (APM: 30 Punkte; FSS: 70 Punkte).

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Portfolio-Prüfungsleistung: mediale Arbeitsprobe: Moderation einer Fallstudiendiskussion mit Einsatz von Medien ca. 30 - 45 min; Fallstudie (schriftlich): ca. 10 - 12 Seiten

Hausarbeit: ca. 10 - 15 Seiten

Fallstudie (schriftlich): ca. 13 - 15 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung präzisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

- Ein breites Grundlagenwissen im Personalmanagement und Arbeitsrecht
- Die beiden vorherigen Module des Schwerpunkts Personalmanagement: Aktuelle Ambiguitäten der Arbeitswelt, Personalentwicklung und Bildungsmanagement

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, identifizieren die Komplexität aktueller personeller Fragestellungen und deren Dringlichkeit. Sie wählen selbstständig Problembereiche aus, in denen Handlungsbedarf besteht.

Sie unterscheiden verschiedene Handlungsalternativen und verteidigen die von ihnen präferierte.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verfügen über ein integriertes Spektrum an Methoden zur Lösung besonderer Herausforderungen des HRM und zur Entwicklung passender Konzepte.

Sie erkennen und berücksichtigen die Besonderheiten bei der Implementierung von HR-Lösungen.

Wissensverständnis

Die Studierenden können in den Feldern des Personalmanagements Entscheidungsalternativen und unterschiedliche Konzeptionen hinsichtlich ihrer methodischen Seriosität und wissenschaftlichen Fundierung anhand relevanter Kriterien beurteilen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, wenden adäquate Methoden zur Lösung von Herausforderungen des HRM an.

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können mit der Komplexität und Entscheidungen unter Unsicherheit angemessen umgehen, eigene Annahmen setzen und fundierte Entscheidungen treffen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden können Ansätze aus dem Personalmanagement, der Praxis und der Forschung mit Fallstudien anwenden, um neue Konzepte des HRM zu entwerfen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können auf der Basis anerkannter Methoden eigene Lösungsvorschläge entwickeln und die Chancen und Risiken kritisch abwägen und diskutieren. Sie präsentieren eigene Entscheidungen und Entscheidungskriterien und rechtfertigen diese in Diskussionen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, erkennen situations-adäquat und situations-übergreifend Kontextbedingungen ihres beruflichen Handelns und reflektieren Entscheidungen verantwortungsethisch. Sie entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns des Personalmanagements sowohl in der Wissenschaft als auch den Berufsfeldern außerhalb der Wissenschaft ausrichtet.

Literatur

Böhmer, Nicole; Schinnenburg, Heike; Steinert, Carsten (Hrsg.): Fallstudien im Personalmanagement – Entscheidungen treffen, Konzepte entwickeln, Strategien aufbauen. München.

Mauffette-Leenders, L.A.; Erskine J.A.; Leenders, M.R.: Learning with cases. London, Ontario.

in den jeweils aktuellen Auflagen

Aktuelle Literatur (insbesondere Artikel aus Fachzeitschriften) zu den jeweiligen Themen/Fällen wird am Semesteranfang bekannt gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul baut auf den beiden vorherigen Modulen des Schwerpunkts Personalmanagement auf. Anhand von Fallstudien und Konzeptentwicklungen können die bisher erworbenen Kompetenzen vertieft und praxisorientiert angewendet werden.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Böhmer, Nicole

Lehrende

- Böhmer, Nicole

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

LEADERSHIP UND INNOVATION

Leadership and Innovation

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0108 (Version 1) vom 02.04.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0108
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Die Innovationsfähigkeit der Unternehmen ist von ausschlaggebender Bedeutung für ihren Wettbewerbserfolg wie auch für die Sicherheit von Arbeitsplätzen. Es wird daher zur unternehmerischen Notwendigkeit, ein aktives Innovationsmanagement zu betreiben. Das Modul "Leadership und Innovation" stellt systematisch und praxisorientiert die zentralen Erfolgsstrategien und Instrumente des betrieblichen Innovationsmanagements vor.

Lehr-Lerninhalte

1. Disruptive Innovationen
2. Schlüsseltreiber für erfolgreiches Innovationsmanagement
3. Grundlagen des Innovationsmanagements
4. Definition Innovation und Zielgrößen
5. Innovationsprozesse
6. Ideengenerierung
7. Open Innovation und Crowdsourcing
8. Design Thinking
9. Bedeutung und Notwendigkeit von Geschäftsmodellinnovationen
10. Kennzeichen und Implementation agiler Organisationsformen
11. Agile Methoden im Innovationsmanagement
 1. Vor- und Nachteile agiler Projektmethoden
 2. Scrum-Projektmanagement
12. Leadership – Führung in agilen Organisationen
 1. Einfluss von Führung auf eine innovationsfördernde Unternehmenskultur
 2. Der Einfluss von Machtausübung auf Innovationen

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Vorlesung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
27	Arbeit in Kleingruppen		-
55	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
13	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
10	Rezeption sonstiger Medien bzw. Quellen		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Hausarbeit oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (70 Punkte) und einem Referat (30 Punkte).

Die schriftlichen Prüfungsformen soll Gelegenheit zu Lösungsangeboten im Kontakt mit einer konkreten Fall-Situation geben. Die Hausarbeit gibt Gelegenheit zu genauer Recherche vorhandener Bedingungen und Testung von Lösungsalternativen mit Berechnung mutmaßlicher Auswirkungen sowie deren Präsentation.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Die Dauer der Klausur kann der jeweils gültigen Studienordnung entnommen werden.

Die Dauer des Referats im Rahmen der Portfolio-Prüfung beträgt ca. 20-30 Minuten mit einer schriftlichen Ausarbeitung von ca. 8-25 Seiten.

Der Umfang der Hausarbeit beträgt ca. 8-25 Seiten, die dazugehörige mündliche Erörterung ca. 20-30 Minuten.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen konkreten Veranstaltung präzisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Erfolgreiche Teilnahme am Modul "Strategien und Implementation".

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden kennen die Bedeutung und Notwendigkeit von Innovationen für Unternehmen und können die wichtigsten Methoden und Elemente des betrieblichen Innovationsmanagements auflisten. Sie schätzen deren Implikationen in Bezug auf betriebliche Veränderungsprozesse ein und verstehen die Notwendigkeit von Leadership für die erfolgreiche Begleitung von Veränderungsprozessen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden sind in der Lage, die Erfolgsfaktoren des betrieblichen Innovationsmanagements aufzuzeigen. Sie definieren den Beitrag von Innovationen für den betrieblichen Wertschöpfungsprozess und können Elemente erfolgreichen Führungsverhaltens im Rahmen von Veränderungsprozessen formulieren.

Wissensverständnis

Die Studierenden können

- die Innovationsfähigkeit von Unternehmen anhand von hierfür notwendigen Erfolgsfaktoren kategorisieren und sind in der Lage, verschiedene Methoden zur Ideengenerierung anzuwenden;
- Innovationsprozesse in Unternehmen sowie Führungsverhalten im Rahmen von Veränderungsprozessen analysieren und bewerten. Sie sind in der Lage, die entsprechenden Ergebnisse auf professionellem Niveau zu präsentieren;
- können in einem festgelegten Rahmen Konzepte für die Einführung bzw. Optimierung eines betrieblichen Innovationsmanagements entwickeln und an Beispielen Maßnahmen zur Umsetzung vorbereiten.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden können

- wirtschaftswissenschaftliche Techniken sicher und gezielt in schriftlichen Hausarbeiten anwenden,
- die Ergebnisse klar und eindeutig aufbereiten und kommunizieren,
- selbständig die Themen und Spannungsfelder im Rahmen des betrieblichen Innovationsmanagements herleiten und mit Hilfe von wissenschaftlichen Methoden erarbeiten.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden leiten Forschungsfragen ab und definieren diese. Zudem wählen sie passende Forschungsmethoden aus, wenden diese an und legen die Forschungsergebnisse erläuternd da.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden formulieren innerhalb im Hinblick auf das betriebliche Innovationsmanagement fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Kommiliton*innen und Lehrenden mit theoretisch und methodisch fundierter Argumentation begründen; kommunizieren und kooperieren mit Kommiliton*innen und Lehrende, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen; reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert;
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen;
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung;
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

Literatur

- Bruch et. al: Leadership – Best Practices und Trends
- Streich et. al.: Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt
- Hausschild: Innovationsmanagement
- Kotter: Leading Change Kotter: On what leaders really do
- Schröder/Sommerlatte: Innovationsführerschaft - Credo und Praxis
- Stolzenberg: Change Management: Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten – Mitarbeiter mobilisieren
- Vahs/Brem: Innovationsmanagement. Von der Idee zur erfolgreichen Vermarktung
- Vahs/Weiland: Workbook Change Management
- Wentz: Die Innovationsmaschine
- Witten et. al: Betriebliches Innovationsmanagement

In der jeweils aktuellen Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul ist Teil des Schwerpunktes "Change Management". Es knüpft inhaltlich an das erste Schwerpunktmodul "Geschäftsmodellanalyse und Transformation" an und weist Bezüge zu den Modulen "Fusion, Sanierung und Development" sowie "Industrial Organisational Transformation" auf.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Steinert, Carsten

Lehrende

- Steinert, Carsten

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

MARKENFÜHRUNG UND KOMMUNIKATION

Brand Introduction and Communication

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0658 (Version 1) vom 29.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0658
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

In nahezu allen Lebensbereichen spielen Marken eine Rolle. Für Unternehmen unterschiedlicher Branchen stellt sich die Frage, welche Art Marken sie wie in ihrem Portfolio führen, wobei durchaus komplexe Markenarchitekturen vorkommen. Auch kleinere oder jüngere Unternehmen profitieren von Marken, da Marken Identifikationsmöglichkeiten bieten, das Kaufverhalten prägen und Werte darstellen. Erforderlich ist eine in sich stimmige, längerfristig ausgerichtete und glaubwürdige Markenführung, die sich unter anderem der vielfältigen Möglichkeiten der Kommunikation bedient, um beabsichtigte Inhalte zu transportieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es unterschiedliche Zielgruppen/Stakeholder gibt, Markenführung auch eine gesellschaftliche Relevanz hat und sich Rahmenbedingungen ändern (Wettbewerbsumfeld/Branche und Makroumfeld).

Lehr-Lerninhalte

- Identitätsorientierte Markenführung
- Markenstrategien, Markenerweiterungen, Markenarchitekturen
- Messansätze Markenstärke, Markenwert
- Instrumentarium der Kommunikation (online, offline, persönlich, unpersönlich) nach Anspruchsgruppen
- Fallstudien

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
15	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
40	Arbeit in Kleingruppen		-
35	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung oder
- Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung)

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einer Hausarbeit sowie einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Die Hausarbeit und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Referat: ca. 20 bis 40 Minuten, dazugehörige Ausarbeitung: ca. 5 bis 10 Seiten

Hausarbeit (im Rahmen der Portfolioprüfung): ca. 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse in Marketing und Grundkenntnisse in empirischer Sozialforschung

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Studierende können für einen bestimmten Kontext relevante Grundlagen der Markenführung benennen und Kommunikationsmaßnahmen entsprechend identifizieren. In einem durch Dynamik, Komplexität und Unsicherheit gekennzeichneten Umfeld können sie einordnen, welche Bedeutung eine glaubwürdige Markenführung hat.

Wissensvertiefung

Studierende können zu aktuellen Fragestellungen oder sich verändernden Rahmenbedingungen Inhalte der Markenführung zielorientiert diskutieren und notwendige Änderungen auch in der Kommunikation erläutern.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen können fallbezogen Ausgangssituationen analysieren und einschätzen, welche Handlungsalternativen bei grundsätzlichen Aspekten der Markenführung inkl. Kommunikation denkbar sind.

Nutzung und Transfer

Studierende lernen, Fragestellungen in der Markenführung und Kommunikation anwendungsorientiert zu bearbeiten. Sie können weiterführende und neue Kenntnisse in einen Handlungsrahmen integrieren.

Wissenschaftliche Innovation

Studierende erläutern Ergebnisse der empirischen Forschung und können auch weiterführende Forschungsfragen zur Markenführung inkl. Kommunikation entwerfen, wobei Wege der Operationalisierung und Auswahl der Forschungs-/Erhebungsmethoden in bestimmten Testdesigns quantitativer oder qualitativer Art zu bewerten sind.

Kommunikation und Kooperation

Studierende können in interdisziplinären Kontexten und Entscheidungssituationen Sachverhalte zur Markenführung inklusive Kommunikation kritisch reflektiert präsentieren und diskutieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Studierende erkennen eigenständig und situationsadäquat Gestaltungs- und Entscheidungsräume in dem Wissen, dass Markenführung inkl. Kommunikation sich mit den Erwartungshaltungen unterschiedlicher Stakeholder beschäftigt und damit auch eine gesellschaftliche Relevanz hat.

Literatur

Burmann, C., Halaszovich, T., Schade, M.; Piehler, R. (2018): Identitätsbasierte Markenführung, Wiesbaden (ggf. neuere Auflage)

Esch, F-R. (2018): Strategie und Technik der Markenführung, München (ggf. neuere Auflage)

Kreutzer, R. T. (2021): Social-Media-Marketing kompakt, Wiesbaden (ggf. neuere Auflagen)

Aktuelle Artikel aus wissenschaftlichen Marketing- und Managementzeitschriften

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul hat Bezüge zu den Modulen "Product and Innovation Management" und "Vertriebs- und Kooperationsmanagement"

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Eggers, Sabine

Lehrende

- Eggers, Sabine

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

PERSONALENTWICKLUNG UND KARRIEREMANAGEMENT

Human Resource Development and Career Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0873 (Version 1) vom 06.01.2025. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0873
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Sommersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Angesichts der Wissensgesellschaft und und disruptiver Innovationen nimmt die Bedeutung des lebenslangen Lernens zu. Schnelle Veränderungen in Unternehmen führen dazu, dass traditionelle Karrierewege nicht mehr garantiert werden können, was individuellere Lösungen für die Karriereplanung notwendig macht. Gleichzeitig steigen auch die Anforderungen, angesichts knapper Ressourcen und agiler Methoden, Personalentwicklung professionell zu managen und bedarfsgerecht in enger Abstimmung mit Fachabteilungen und -vorgesetzten zu begleiten. Vielfältigere Belegschaften und Lebensentwürfe sind dabei ebenso zu berücksichtigen wie die strategischen Ziele der Organisation. Zentrales Ziel dieses Moduls ist es daher, fachbezogene, methodische und soziale Kompetenzen zu entwickeln, um diese Herausforderungen in Unternehmen sowie Non-Profit-Organisationen zu meistern.

Lehr-Lerninhalte

- Personalentwicklung: Ziele, grundlegende Ansätze und Methoden
- Forschung in der PE - Entwicklung und Bearbeitung einer Forschungsfrage
- Kompetenzen und Anforderungsprofile
- Internationale und interkulturelle Fragen der PE
- Talentmanagement und sozialer Aufstieg - Aufgaben der PE
- Karrierewege, -muster und typen
- Genderspezifische Aspekte bei Karriereentscheidungen und - verläufen
- Personalentwicklungskonzepte
- Anforderungen an selbstorganisiertes Lernen und die Rolle der PE
- PE im Rahmen demografischer Entwicklung

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
18	Seminar	Präsenz	-
7	Forschungsprojekt	Präsenz	-
14	betreute Kleingruppen	Präsenz	-
6	Prüfung	Präsenz	-

Dozentenungebundenen Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
35	Literaturstudium		-
14	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
12	Sonstiges		Fallstudienbearbeitung
36	Erstellung von Prüfungsleistungen		-
8	Peer-Feedback		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Hausarbeit oder
- Klausur oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Hausarbeit: Entwicklung und Bearbeitung einer Forschungsfrage im Rahmen eines übergeordneten Themas (Bearbeitung als Hausarbeit; Vorstellung des Ergebnisses im Plenum mit Beantwortung von Fragen)

Die Portfolio-Prüfung umfasst 100 Punkte und besteht aus einer einstündigen Klausur (K1) und einer Hausarbeit (HA). Die einstündige Klausur und die Hausarbeit werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: Siehe jeweils gültige Studienordnung

Hausarbeit: Der Umfang betrifft 2000 Wörter und ein Review für die Arbeit eines/einer TeampartnerIn sowie die Nutzung eines Literaturverwaltungsprogramms. Die Hauptergebnisse werden im Plenum vorgestellt und reflektiert.

Portfolioprüfung: Klausur siehe jeweils gültige Studienordnung sowie eine Hausarbeit im Umfang von 1800-2000 Wörtern.

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Fundierte Grundlagenwissen im Personalmanagement

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, verstehen die Ziele und Methoden der PE und können diese für unterschiedliche Bedarfe und Zielgruppen einordnen; sie kennen Karrierekonzepte und -verläufe, sind in der Lage, diese aus Unternehmens- und Arbeitnehmersicht zu hinterfragen und für sich persönlich bei eigenen Karriereentscheidungen zu reflektieren.

Sie können die besonderen Herausforderungen der Personalentwicklung angesichts der Notwendigkeit lebenslangen Lernens kritisch reflektieren und auf unterschiedliche Kontexte (Zielgruppen, Branchen, internationale Anforderungen) übertragen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- eignen sich zu einem relevanten Thema der Personalentwicklung und Karriereforschung vertieftes Wissen an
- können zu diesem Thema eine Forschungsfrage entwickeln und diese auf der Basis von wissenschaftlichen Studien und theoretischen Konzepten bearbeiten
- sind in der Lage, Konzepte und Methoden der Personalentwicklung fundiert beurteilen zu können.

Wissensverständnis

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- kennen nachhaltige Personalentwicklungskonzepte sowie Ideen zur Umsetzung und können diese auf Problemstellungen adäquat anwenden,
- wägen Alternativen zur Problemlösung unter Bezugnahme auf theoretische Erkenntnisse und empirische Studien ab und kommen zu begründeten Entscheidungen.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben,

- können mit Ambiguität und Zielkonflikten in der beruflichen Personalentwicklung umgehen,
- können eigene Karriereziele reflektieren und formulieren und
- entwickeln Lösungsansätze und bedarfsgerechte Konzepte für Problemstellungen der Praxis

Wissenschaftliche Innovation

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- können eigenständig eine Forschungsfrage zur Thematik der PE entwickeln,
- sich mit Hilfe einer Literaturanalyse einen Überblick über den aktuellen Forschungsstand verschaffen,
- die Ergebnisse ihrer Analyse einordnen und kritisch reflektieren sowie
- daraus Schlussfolgerungen für Forschungsbedarf sowie für den Einsatz von Tools in der PE ziehen.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können

- auf professionellem Niveau Fragestellungen der Personalentwicklung analysieren und diskutieren
- eigene Forschungsergebnisse schriftlich sowie mündlich zielgruppengerecht darstellen und diskutieren
- sich gegenseitig bei ihrem Forschungsprozess unterstützen, u.a. mit hilfreichem Feedback (Review), gemeinsamer Literaturdatenbank etc.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventinnen und Absolventen dieses Moduls

- haben gelernt, ihren eigenen Lern- und Forschungsprozess zu organisieren
- erkennen Feedback (im Coaching sowie bei Peer-Diskussionen) als Bestandteil eines wissenschaftlichen Diskurses und Verbesserungsprozesses,
- können ihre eigenen Stärken einschätzen und weiter entwickeln,
- verstehen die Standards professionellen Handelns in der Wissenschaft sowie der beruflichen Praxis.

Literatur

- Becker, M. (2013): Personalentwicklung: Bildung, Förderung und Organisationsentwicklung in Theorie und Praxis.
- Böhmer, N.; Schinnenburg, H. (2016): How gender and career concepts impact Global Talent Management", Employee Relations, Special Issue global Talent Management. Vol. 38 Iss: 1, pp. 73 – 93.
- Collings, D . G. and Melahi, K. (2009), "Strategic talent management: A review and research agenda", Human Resource Management Review 19 (2009) 304 – 313.
- El-Mafaalani, A. (2014): Vom Arbeiterkind zum Akademiker. Konrad Adenauer Stiftung .
- Mainiero, L.A. and Sullivan, S.E. (2005), "Kaleidoscope careers: An alternate explanation for the "opt-out" revolution", Academy of Management Executive, Vol. 19, No. 1, pp. 106-123.
- Metz, A.; Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2022): Vertrauensaufbau als zentrale Herausforderung in der virtuellen Führung. Die Unternehmung. Jg. 76, Special 01/22: Digitalization and the Future of Work, S. 50-63.
- Neuburger & Fiedler (2020): Zukunft der Arbeit – Implikationen und Herausforderungen durch autonome Informationssysteme. Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 72, S. 343-369.
- Schinnenburg, H. and Adam, S. (2013), "Warum Mütter sich (nicht) für Führungspositionen entscheiden – und was Unternehmen beeinflussen können", Göke, M. and Heupel, Th. (Eds.), Wirtschaftliche Implikationen des demografischen Wandels. Herausforderungen und Lösungsansätze, Springer Gabler, Wiesbaden, pp. 349-366.
- Schinnenburg, H.; Böhmer, N. (2018): Gender-sensitives Talentmanagement: Eine kritische Bestandsaufnahme. Wirtschaftspsychologie, (20)3, Sonderheft Talentmanagement, S. 43-50.
- Sowie weitere aktuelle Artikel und Ergänzungen

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul baut auf dem 1. Modul des Schwerpunktes Personalmanagement auf und bereitet auf das 3. Modul (Fallstudien und Konzeptentwicklung) vor. Angesichts des Schwerpunktes, der von unterschiedlichen Studiengängen wählbar ist, kann bewusst kein direkter Zusammenhang mit bestimmten Module, die nur in einem Studiengang gelehrt werden, hergestellt werden.

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- Management in Nonprofit-Organisations
 - Management in Nonprofit-Organisations M.A. (01.09.2024)
- Management im Gesundheitswesen, M.A.
 - Management im Gesundheitswesen, M.A. (01.09.2024)
- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Schinnenburg, Heike

Lehrende

- Schinnenburg, Heike

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)

VERTRIEBS- UND KOOPERATIONSMANAGEMENT

Sales and Cooperation Management

Allgemeine Informationen zum Modul

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (WiSo)

Modul 22M0367 (Version 1) vom 29.05.2024. Genehmigungsstatus: freigegeben

Modulkennung	22M0367
Niveaustufe	Master
Unterrichtssprache	Deutsch
ECTS-Leistungspunkte und Benotung	5.0
Häufigkeit des Angebots des Moduls	nur Wintersemester
Weitere Hinweise zur Frequenz	-
Dauer des Moduls	1 Semester

Modulinhalte

Kurzbeschreibung

Für Unternehmen ist die effiziente Nutzung der vielfältigen Optionen für den Markt- und Kundenzugangs sowie die professionelle Bearbeitung der fragmentierten Märkte ein zentraler kritischer Erfolgsfaktor.

In einem von Dynamik, Volatilität, Unsicherheit und Komplexität gekennzeichneten Umfeld gewinnen Fähigkeiten zur Weiterentwicklung der etablierten Geschäftsmodelle durch innovative Vertriebs-, Kooperations- und Netzwerkkonzepte, stark an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund lernen Studierende die Strategien, Methoden und Instrumente des Vertriebs- und Kooperationsmanagements kennen. Sie erlernen, wie Ressourcen zur Steuerung der Zukunftsfähigkeit von Organisationen effizient und effektiv eingesetzt werden können.

Lehr-Lerninhalte

I. Grundlagen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement

II. Vertriebsmanagement

1. Zukunftsfähigkeit und Digitalisierung
2. Vertriebs-Excellence / Erfolgsfaktoren
3. Vertriebsstrategie
4. Sales Intelligence
5. Vertriebsorganisation
6. Vertriebsperformance
7. Kundenmanagement

III. Kooperations- und Netzwerkmanagement

1. Relevanz von Kooperationen und Netzwerken
2. Kooperationsmanagement - Grundlagen und Instrumente
3. Kooperationsbereitschaft und -fähigkeit
4. Kooperations-Excellence / Erfolgsfaktoren
5. Kooperationen im Marketing und Vertrieb

IV. Fallstudien zum Vertriebs- und Kooperationsmanagement

Arbeitsaufwand, Lehr- und Lernformen

Gesamtarbeitsaufwand

Der Arbeitsaufwand für das Modul umfasst insgesamt 150 Stunden (siehe auch "ECTS-Leistungspunkte und Benotung").

Lehr- und Lernformen

Dozentengebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
30	Vorlesung	Präsenz	-
10	betreute Kleingruppen	Präsenz oder Online	-
5	Übung	Präsenz oder Online	-

Dozentenungebundenes Lernen

Std. Workload	Lehrtyp	Mediale Umsetzung	Konkretisierung
45	Arbeit in Kleingruppen		-
30	Veranstaltungsvor- und -nachbereitung		-
30	Prüfungsvorbereitung		-

Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten

Benotete Prüfungsleistung

- Klausur oder
- Referat (mit schriftlicher Ausarbeitung) oder
- Portfolio-Prüfungsleistung

Bemerkung zur Prüfungsart

Die Portfolio-Prüfung umfasst insgesamt 100 Punkte und setzt sich aus einer Hausarbeit und einer abschließenden Klausur (K1) zusammen. Die Hausarbeit und die Klausur (K1) werden jeweils mit 50 Punkten gewichtet.

Prüfungsdauer und Prüfungsumfang

Klausur: siehe jeweils gültige Studienordnung

Referat: ca. 20 bis 40 Minuten, dazugehörige Ausarbeitung: ca. 5 bis 10 Seiten

Hausarbeit im Rahmen der PFP: ca. 10 Seiten

Die Anforderungen werden in der jeweiligen Veranstaltung konkretisiert.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Empfohlene Vorkenntnisse

Grundkenntnisse im Marketing

Kompetenzorientierte Lernergebnisse

Wissensverbreiterung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, kennen die wesentlichen Wissensbereiche des Vertriebs- und Kooperationsmanagements und können ihre Relevanz für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit von Unternehmen berteilen.

Wissensvertiefung

Die Studierenden, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die aktuellen Konzepte und Methoden des Vertriebs- und Kooperationsmanagements problem-/erfolgsfaktorenorientiert diskutieren und bewerten.

Wissensverständnis

Absolventinnen und Absolventen, die dieses Modul erfolgreich studiert haben, können die Erfolgsfaktoren im Vertriebs- und Kooperationsmanagement unter Einbezug wissenschaftlicher und methodischer Überlegungen analysieren, definieren und begründen sowie in unterschiedlichen Kontexten diskutieren und problembezogen anwenden.

Nutzung und Transfer

Die Studierenden integrieren vorhandenes und neues Wissen in komplexen Zusammenhängen. Sie können sich selbstständig neue Kenntnisse und Fertigkeiten im Rahmen von erfolgsfaktorenorientierten Analysen aneignen, um Problem- und Fragestellungen im Rahmen des Vertriebs- und Kooperationsmanagement zu bearbeiten und zu lösen.

Wissenschaftliche Innovation

Die Studierenden entwerfen Fragen, Hypothesen und Methoden zur Erfolgsfaktorenforschung und begründen diese. Sie können Daten und neues Wissens im Forschungsprozessen generieren und interpretieren die Ergebnisse kritisch.

Kommunikation und Kooperation

Die Studierenden können vertriebs- und kooperationsbezogene Entscheidungssituationen und den damit verbundenen Fragestellungen in interdisziplinären Kontexten kritisch reflektiert präsentieren und diskutieren.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Studierenden können bestehende und zukünftige Herausforderungen in Unternehmen unter Berücksichtigung des Vertriebs- und Kooperationsmanagements bzgl. der Erfolgsfaktoren in Beziehung setzen und professionalisieren.

Literatur

- Becker, W. /Ulrich, P./Botzkowski, T./Fibitz, A./
Stradtman, M. (2018): Kooperationen zwischen Mittelstand und Start-up-Unternehmen, Wiesbaden
- Belz, Christian et al. 2018): Sales Excellence Development
Stuttgart
- Bellmann, Klaus (Hrsg.) (2015): Kooperations- und Netzwerkmanagement, Berlin
- Biesel, Hartmut H. (2018): Vertrieb 4.0 : Vertrieb und Marketing in einer digitalen Welt / Wiesbaden
- Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.) (2018): Kooperative Dienstleistungen Spannungsfelder zwischen Service Cooperation und Service Coopetition Wiesbaden
- Dahm, Markus H. (Hrsg.) (2021): Kooperationsmanagement in der Praxis: Lösungsansätze und Beispiele erfolgreicher Kooperationsgestaltung, Wiesbaden
- Homburg, C. / Schäfer, H / Schneider, J (2016):
Sales Excellence: Vertriebsmanagement mit System / Wiesbaden
- Kollmann, Tobias (Hrsg.) (2021): Handbuch digitale Wirtschaft, Wiesbaden
- Daniel R. A. Schallmo (2019): Jetzt digital transformieren: so gelingt die erfolgreiche Digitale Transformation Ihres Geschäftsmodells, Wiesbaden
- Scherer, Petra (2019): Strategisches Vertriebsmanagement: B2B-Vertrieb im digitalen Zeitalter, Wiesbaden
- Zentes, B; Swoboda, D; Morschett, D. (Hrsg) (2013):
Kooperationen, Allianzen und Netzwerke: Grundlagen-Ansätze-Perspektiven, Wiesbaden

Jeweils in der aktuellen Auflage

Verwendbarkeit des Moduls

Zusammenhang mit anderen Modulen

Das Modul knüpft an vorausgehende Module an, in denen die unter dem Punkt „Empfohlene Vorkenntnisse“ aufgeführten Kenntnisse und Fertigkeiten gefördert werden

- Modul: Empirische Sozialforschung
- Modul: Product and Innovation Management (engl.)
- Modul: Markenführung und Kommunikation

Verwendbarkeit nach Studiengängen

- International Business and Management (Master)
 - International Business and Management, M.A. (01.09.2024)
- Business Management
 - Business Management, M.A. (01.09.2024)

Am Modul beteiligte Personen

Modulpromotor*in

- Franke, Jürgen

Lehrende

- Franke, Jürgen

[Zurück zum Inhaltsverzeichnis](#)