

Modulhandbuch des Studiengangs

Internationale Betriebswirtschaftslehre, berufsbegleitend

Master

des Fachbereichs Wirtschaft

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

vom 27.06.2017

Zugrundeliegende BBPO vom 27.06.2017 (Amtliche Mitteilungen Jahr 2018)

Wirtschaftsethik.....	3
Leadership and Change Management	5
Angewandte Empirische Wirtschaftsforschung	8
Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen	11
B-to-B Marketing Management	14
Internationale Marktforschung	17
Kundenbeziehungsmanagement	20
Intralogistik.....	23
Transport- und Distributionslogistik, Verkehr.....	25
Decision Sciences	30
Strategisches Management	32
Unternehmensverfassung und Corporate Governance.....	34
Human Ressource Management.....	36
Wahlpflichtmodul 1	39
Innovationsmanagement	41
Vertriebs - Management	43
Internationales B-to-B-Marketing und Vertriebsmanagement	45
Logistikcontrolling.....	47
IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik.....	49
Operations Management	53
Wertorientierte Unternehmensführung	55
Advanced Managerial Accounting	58
Internationales Beteiligungs- und Konzerncontrolling	61
Vernetztes Denken im Unternehmen.....	65
Wahlpflichtmodul 2.....	68
Wahlpflichtmodul 3.....	70
Wahlpflichtmodul 4	72
Exkursion/Summer School	74
Mastermodul	76

1	Modulname Wirtschaftsethik
1.1	Modulkürzel 711
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wirtschaftsethik
1.4	Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Scheel
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Dieser Kurs vermittelt Konzepte, Umsetzungsmöglichkeiten und Techniken mit Bezug zu Corporate Social Responsibility (CSR) / sozialer unternehmerischer Verantwortung und Wirtschaftsethik in einem internationalen Kontext. Folgende inhaltliche Schwerpunkte werden dabei gesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globale Wirtschaftsethik: Konzepte und Perspektiven unterschiedlicher sozio-kultureller Traditionen. • Ethik und multinationale Unternehmen • Ansätze für Normen und Richtlinien • Der strategische Kontext sozialer Verantwortung • Die sog. Stakeholder Theorie und ihre ethischen Grundlagen • Die Entwicklung globaler ethischer Kodizes • Die Umsetzung von CSR in Strategien
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Nach diesem Kurs verfügen die Studierenden über ein Verständnis der grundlegenden Konzepte und Perspektiven von Ethik unter verschiedenen sozio-kulturellen Traditionen und deren Auswirkungen auf globales Wirtschaftsverhalten. Die Studierenden sind sich der Ambiguität und der Konflikte bewusst, die mit globalisierten wirtschaftlichen Tätigkeiten einhergehen. Den Studierenden ist das Konzept der Corporate Social Responsibility vertraut.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, unterschiedliche ethische Blickwinkel einzunehmen und spezifische sowie globale Richtlinien für das Geschäftsleben zu entwickeln.</p>

	<p>Die Studierenden sie können das Konzept der CSR dieses im Rahmen einer Geschäftsstrategie umsetzen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage verschiedene ethische Grundsätze und Standards im Geschäftsumfeld für langfristiges Wachstum und nachhaltige Geschäftsentwicklung umzusetzen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Die Lerninhalte werden durch Vorlesungen, Fallstudien und Gruppendiskussionen vermittelt.</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden, 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Klausur am Ende des Moduls, die 50% der Modulnote ausmacht. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Die Prüfungsleistung der Klausur kann ergänzt werden durch Prüfungsleistungen in Form einer Präsentation am Ende des Moduls oder die Messung der mündlichen Beteiligung während der Veranstaltung. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crane, A., Matten, D.: Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, 4th. ed., 2016. • Werther, W.B., Chandler, D.: Strategic Corporate Social Responsibility: Stakeholders in a Global Environment, 2006. • Unterschiedliche Artikel und Veröffentlichungen aus Zeitschriften und Online-Quellen sowie Fallstudien.

1	Modulname Leadership and Change Management
1.1	Modulkürzel 712
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Leadership and Change Management
1.4	Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Stork
1.6	Weitere Lehrende Dr. Kopsch, Dr. Nettelbeck, Dr. Seibert, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch; Literatur und Unterlagen in der Vorlesung und bei den Übungen teilweise auch in Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Einführung: Führung und Management in anspruchsvollen betrieblichen Situationen – Leadership und Change Management</p> <p>Grundlagen: Motivationskonzepte und Lernkonzepte und ihr Erklärungsbeitrag zur Entstehung von Leistung</p> <p>Leadership:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsabgrenzungen: Management, Führung und Leadership • Dimensionen von Führung und die spezifischen Eigenschaften von Leadership <ul style="list-style-type: none"> ○ Unternehmerisches Denken und Handeln sowie Kultur- und Wertemanagement, ○ Aufgaben managen sowie Visionen und Ziele entwickeln, ○ Führen von Mitarbeitern und Führung von Teams, ○ „Führen“ des Vorgesetzten und die Zusammenarbeit mit anderen Führungskräften, ○ Selbstmanagement und die Entwicklung von Ressourcen • Besonderheiten der Führung bei (größeren und komplexen) Projekten • Wirksames Führungsverhalten und erfolgreiche Führungsstile in anspruchsvollen betrieblichen Situationen - ausgewählte Formen von Führung und Leadership <p>Change Management:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffsabgrenzungen: Projektmanagement, Changemanagement und Transformationsprozesse • Dimensionen von Veränderungen und spezifische Besonderheiten in Phasen der Veränderung <ul style="list-style-type: none"> ○ Akteure, Beteiligte und Stakeholder in Veränderungsprozessen ○ Komplexitäten sowie Risiken, Ungewissheiten und Unsicherheiten in Veränderungsprozessen

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

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

1	Modulname Angewandte Empirische Wirtschaftsforschung
1.1	Modulkürzel 713
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Angewandte Empirische Wirtschaftsforschung
1.4	Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Dieses Modul vermittelt den Studierenden das Wesentliche der angewandten empirischen Wirtschaftsforschung für Führungskräfte. Es macht außerdem die zunehmende Rolle des Wissensmanagements sowie die effiziente Durchführung von Informationssammelaktivitäten in einem sich schnell verändernden Geschäftsumfeld deutlich. Während des Kurses lernen die Studierende die notwendigen empirischen Werkzeuge kennen (Korrelation, multivariate Regressionsanalyse), um Datensätze unterschiedlichster Themenfelder aussagekräftig zu analysieren.</p> <p>Die Studierenden entwickelt selbstständig Forschungsfragen aus verschiedensten wirtschaftlichen Themenkomplexen wie etwa digitalen Märkten oder Unternehmensbefragungen und leiten daraus Hypothesen und empirische Modelle ab. Unter Verwendung der gelernten empirischen Werkzeuge mit aktuellster Statistiksoftware verifizieren die Studierenden die entwickelten und modellierten Hypothesen auf Basis realistischer Datensätze. Ihre Ergebnisse bereiten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer strukturiert und verständlich in einer Hausarbeit auf.</p>
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Nach Abschluss des Kurses können die Studierenden den Forschungsprozess und mögliche Forschungsdesigns in der angewandten empirischen Wirtschaftsforschung darstellen. Sie wissen um unterschiedliche Datenerhebungsmethoden und deren Vor- und Nachteile. Sie können außerdem typische empirische Datenanalysewerkzeuge beschreiben.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können angewandte empirische Forschungsprojekte durchführen. So sind Sie in der Lage entsprechende Forschungsthemen auszuwählen und Forschungsfragen, Hypothesen und Annahmen pas-</p>

	<p>send zu formulieren und als in Form eines passenden Modells dazustellen. Außerdem können Sie die Güte von Datensätzen und Stichproben hinsichtlich ihrer Generalisierbarkeit einschätzen.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können wirtschaftliche Datensätze unterschiedlichster Themenfelder mit aktueller Statistiksoftware selbstständig analysieren und so die formulierten Hypothesen testen um diese entweder zu verwerfen oder zu bestätigen. Die erarbeitenden Forschungsergebnisse können Sie an die Bedürfnisse des jeweiligen Publikums anpassen (z. B. international, Management, Ökonom, Controller) und verständlich präsentieren.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) und Seminar (S) Eingesetzte Medien: Beamer, Tafel, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript, Lesetexte, Übungsaufgaben, vorlesungsbegleitende Datensätze, PC-Übungen unter Einsatz von Statistiksoftware Kommunikationsmedien für die Gruppenarbeit (u.a. Chats, Instant Messaging-, Cloud Storage- und Content Management-Systeme) Präsentationsmedien für die Präsentation der Erkenntnisse (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Hausarbeit (Research Paper) am Ende des Moduls. • Die Prüfungsleistung der Hausarbeit kann ergänzt werden durch eine Prüfungsleistung in Form einer Präsentation, einer Diskussion oder einer Reflexion am Ende des Moduls. Der Anteil dieser zweiten Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt maximal 30%. • Die Prüfungsleistung der Hausarbeit kann als Gruppenleistung erfolgen. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Wirtschaftsmathematik, Statistik (deskriptiv und induktiv)</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Woolridge, J. (2013): Introduction to Econometrics • Bounie, D., Bourreau, M., Gensollen, M. and Waelbroeck, P. (2008): Do online customer reviews matter? Evidence from the video game industry. Working Paper ESS-08-02

- Feng Zhu, F. and Zhang, X. (2010) Impact of Online Consumer Reviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics. *Journal of Marketing* 74: 138-144.
- Cunningham, S., Engelstätter, B. and Ward, M. R. (2016) Violent Video Games and Violent Crime. *Southern Economic Journal* 82(4): 1245-1267.
- Yong, L. (2006) Word of Mouth for Movies: Its Dynamics and Impact on Box Office Revenue. *Journal of Marketing*, Vol. 70, No. 3: 74-89.
- Duana, W., Gub, B. and Whinston, A. B. (2008) The dynamics of online word-of-mouth and product sales—An empirical investigation of the movie industry. *Journal of Retailing* 84 (2): 233-242.
- Psacharopoulos, G. and Patrinos, H. A. (2004) Returns to Investment in Education: A Further Update. *Education Economics* Vol. 12 (2): 111-134.
- Diagne, A. and Dienea, B. (2011) Estimating Returns to Higher Education: A Survey of Models, Methods and Empirical Evidence. *Journal of African Economics* 20 (AERC Supplement 3): 80-132.
- Kifle, T. (2007) The Private Rate of Return to Schooling: Evidence from Eritrea. *Essays in Education* 21: 77-99.

Zusätzliche Literatur:

- Cameron, A. C. and Trivedi, P. K. (2009): *Microeconometrics using STATA*, STATA Press

Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

1	Modulname Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen
1.1	Modulkürzel 714
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Interkulturelle Kommunikation und Verhandlungen
1.4	Semester 1
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Chainani-Barta
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Folgende Themenbereiche werden in dem Kurs abgedeckt:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Die Welt aus verschiedenen Perspektiven: Vorbereitung auf interkulturelle Begegnungen, regional- und länderspezifische kulturelle Merkmale. 2. Interkulturelle Theorien, z. B. Halls High und Low Context. 3. Körpersprache: Fährnisse und Fallen bei interkultureller Kommunikation. 4. Vorbereitung auf eine interkulturelle Verhandlung 5. Grenzen und Risiken von interkulturellen Verhandlungen 6. Arbeiten und Verhandeln in einer interkulturellen Situation: Zeitkonzept, Risikoeinstellung. 7. „4 A“ Strategien für erfolgreiche interkulturelle Zusammenarbeit und Verhandlungen: Anpassen, Akzeptieren, Ablehnen, Authentisch. 8. Interessenorientiertes und zielgerichtetes Verhandeln nach dem Harvard Konzept. 9. BATNA und ZOPA: Techniken und Werkzeug für erfolgreiche Verhandlungen.
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Das Seminar zielt darauf eine hohe Aufgeschlossenheit gegenüber fremden Kulturen und Verhaltensweisen zu entwickeln. Darüber hinaus sollen die Teilnehmenden befähigt werden, in konkreten Situation eine Balance zwischen Anpassung und Authentizität zu finden. Teilnehmende werden ihre eigenen Blockaden und Vorurteile wahrnehmen und abbauen, die einen offenen und respektvollen Umgang mit dem Fremden verhindern. Teilnehmende lernen den Schlüssel zum Aufbau einer soliden interkulturellen Beziehung kennen. Die Teilnehmenden entwickeln Neugier auf die Werte und Normen von verschiedenen Kulturen. Teilnehmende vertiefen ihren eigenen Wissenstand gegenüber unvertrauten bzw. fremdkulturellen Verhaltens- und Denkweisen.</p>

	<p>Fertigkeiten: Teilnehmende erweitern ihr eigenes Kommunikations- und Verhandlungsrepertoires bei missmutigen und aggressiven Verhandlungspartnern Teilnehmende lernen das Handwerkzeug für einen harmonischen respektvollen Umgang mit der fremden Kultur kennen. Teilnehmende werden Handlungskompetenzen für den Umgang mit angespannten Situationen und heiklen Themen in interkulturellen Verhandlungen und Kommunikation entwickeln. Teilnehmende sind in der Lage in emotional aufgeladenen Verhandlungssituationen entspannter zu reagieren. Teilnehmende entwickeln Strategien, um souverän und selbstbewusst in interkulturellen Geschäftssituation aufzutreten.</p> <p>Kompetenzen: Teilnehmende eignen sich Techniken und Strategien an, um ihr eigenes Verhandlungs- und Kommunikationsrepertoire zu optimieren bzw. zu erweitern. Teilnehmende können ihren Verhandlungsstil modifizieren, um zufriedene Ergebnisse zu gelangen. Teilnehmende sind in der Lage mit kulturbedingte Unsicherheiten in Verhandlungssituationen umzugehen. Teilnehmende können mit Unvorhergesehenem umgehen und sind in der Lage hinterlistige Tricks von Verhandlungspartnern zu erkennen und anzusprechen.</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen Der Kurs ist interaktiv und praxisorientiert aufgebaut (V, Ü, S). 1) Kurzvorträge mit offenen Fragen der Teilnehmenden im Plenum erläutern die Schwerpunkte von Interkulturellen und Verhandlungstheorien. 2) Dokumentar- und Trainingsfilme mit anschließender Diskussion stellen die praktische Anwendung von Theorien dar. 3) Rollenspiele mit Auswertung und Feedback im Plenum oder in der Gruppe, um optimale Techniken auszuprobieren und eventuell diese sich anzueignen. 4) Videoaufnahmen von Rollenspielen als authentisches Feedback über Körpersprache und Hinweise auf Verbesserungsmöglichkeiten bei interkulturellen Kommunikation und Verhandlungen. 5) Experimentieren mit unbekanntem oder unvertrauten nonverbalen Techniken und wörtlichen Formulierungen, um das eigene Repertoire zu erweitern. 6) Auseinandersetzung in Gruppen oder im Plenum mit Fallbeispielen von der Seminarleitung oder eigene Erfahrungsberichten, um den Erfolg bisher verwendeter Strategien zu analysieren. 7) Selbstreflexion und Bearbeitung von Worksheets in Einzel- und Gruppenübungen zur Wahrnehmung eigenen Kommunikation- und Verhandlungsstils und zur Erstellung eines individuell geeigneten Werkzeugkoffers. Auswertung des Seminars: Feedback an die Seminarleitung.</p>
<p>5</p>	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Voraussetzung zur Prüfung: Regelmäßige Teilnahme am Kurs und aktive Beteiligung während des Unterrichts. Prüfungsvorleistung (maximal 20% der Modulnote): Aktive Beiträge bei Übungen und Aufgaben während des Kurses. Prüfungsleistung (mindestens 80% der Modulnote): Vorstellung oder Präsentation eines Projektthemas mit Moderation einer Diskussion. Einzureichen am Prüfungstag sind Handouts (3 - 4 Seiten) pro Kandidat und eine Kopie der Folien. Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.</p>

7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Kursbuch: Katz, Lothar: Principals of negotiating international business, neuste Auflage</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fisher, Ury: Getting to Yes. Negotiating an agreement without giving in. Random House, London 1999. • Bennett, M.J.: Intercultural Competence for Global Leadership • Gudykunst, W.B: Bridging Differences: Effective Group Communication (3rd Edition). London: Sage (1998). • House, Robert: Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies. Sage Publications. • Culture and Leadership Across the World: The GLOBE Book of In-Depth Studies of 25 Societies: Robert House, Jagdeep S. Chokkar. Sage Publications. • Deresky, Helen: International Management: Managing Across Borders and Cultures, 6/E: Prentice Hall, 2008 • Luthans, Doh: International Management. Culture, Strategy, and Behavior: McGraw Hill, International Edition, 7th edition, 2009 • Morrison, Terry: Kiss, Bow, or Shake Hands: The Bestselling Guide to Doing Business in More. Adams; Edition: 2 Rev ed. (27. Oktober 2006) • International Management Behavior: Lane et. al., Blackwell Publishers, 5th edition, 2008. • Kumbier, Dagmar: Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele, Reinbek bei Hamburg, Mai 2009. • Brislin, R., Worthley, R. and MacNab, B. (2006) Cultural Intelligence: Understanding Behaviors that Serve People's Goals, Group & Organization Management, Feb 2006, 31, 1, pp 40-55. • Earley, P.C. and Mosakowski, E. (2004) Cultural Intelligence, Harvard Business Review, October 2004, pp. 139-146. • Fisher R., Shapiro D.: Beyond Reason: Using Emotions as You Negotiate, London 2005. • Ury, William: The Third Side. Why we fight and how we can stop, Penguin Books, London, 2000. • Hendon, Donald; Hendon Rebecca Angeles: Harbig, Paul: Cross-Cultural Business Negotiations, Praeger Publishers, Westport USA 1996. • Corvette, Barbara Budjac: Conflict Management: A Practical Guide to Developing Negotiation Strategies, New Jersey 2007.

1	Modulname B-to-B Marketing Management
1.1	Modulkürzel 721 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung B-to-B Marketing Management
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Schellhase
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch (bei Gastdozent Englisch)
2	<p>Inhalt</p> <p>Dimensions of Industrial Marketing: Nature of Industrial Marketing, Industrial Marketing vs. Consumer Marketing, Economics of Industrial demand, The Resellers Market, The Industrial Marketing Concept, Understanding Industrial Markets, Types of Industrial Markets, Classifying Industrial Products, Organizational Procurement Characteristics – The Industrial Marketing Environment, Environmental effect on Industrial Market with special reference to Government rule.</p> <p>Nature of Industrial buying: Organizational buying Activity, buying models and buying centre concept, Inter Personal Dynamics of Industrial Buying Behavior, Roles of Buying centre, Conflict Resolution in Decision Making Ethics in Purchasing</p> <p>Market Segmentation: Choosing Target Segments, Positioning, Differentiated and Un-Differentiated Markets, Concentrated and Niche Markets, Positioning Strategies, Difference between Industrial Market Research and Consumer Market Research</p> <p>Formulating Product Planning: Developing Product Strategy, Analyzing Industrial Product Life Cycle, Developing Strategies for new and existing products</p> <p>Business Service Marketing: Special Challenges</p> <p>Formulating Channel Strategy: Industrial Distributor, Definition, Geographical Distribution, Size Characteristics, operating characteristics, Role of Sales Agent and their drawbacks, choice of the right Distributors, Participation of other Channel Members in Industrial Distribution- Channel Logistics- Relationship of Logistics & Physical Distribution, Total Cost approach customer service, assessing the customer service, Identifying the cost centers.</p> <p>Pricing Strategies: Price Determinants, Factors that Influence the Pricing Strategies, concept of learning curves, Pricing Strategies, Competitive Bidding, Leasing</p> <p>The Promotional Strategies: Advertising in Industrial Markets, Message Formulation, policies, media, budgetary support, evaluation of advertising- sales Promotion- Use of Sales Promotion in Industrial Markets,</p>

	<p>trade shows and exhibitions B 2 B Forms of E-Commerce</p> <p>Management of Sales Force: Managing the Industrial Sales Force, Organizing and controlling the industrial sales force activity, planning for the sales force Deployment.</p> <p>Personal Selling: Selecting and Recruitment of Industrial sales person, sales training, Directing, Motivating, Task Assignment, Compensation, Measuring the Effectiveness of Sales Force.</p>
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Fertigkeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Understanding of the various marketing concepts involved in organizational buying • Comprehend the buying process of business markets • Understand specific issues and problems faced firms by having organizations as customers • Know some tools and concepts with which firms analyze and answer to these challenges • Acquire the capability to identify and analyze some underlying mechanisms of the challenges on business markets. <p>Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describe the nature of business markets and the related concepts and theories involved in business activities among business organizations. • Recognize the similarities and differences between consumer markets and business markets. • Familiarize the business organization buying behavior with particular emphasis on the globalization of modern business and related ethical issues and consideration of corporate social responsibility. • Analyze business situations in the context of buyer-seller relationships, consumer relationship management and supply chain management. • Apply concepts and theories to business marketing situations and take appropriate decisions using a strategic marketing perspective.
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V), Übung (Ü), Seminar (Sem)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kombination aus Vorlesung, Gruppendiskussionen und -arbeit, Fallstudien, Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls (50% der Endnote) sowie Bearbeitung und Präsentation von zwei Fallstudien (50% der Endnote) • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>

8	Empfohlene Kenntnisse Grundlagen des Marketings
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur jeweils neueste Auflage: <ul style="list-style-type: none">• Backhaus; Voeth: Industriegütermarketing• Hutt; Speh: Business Marketing Management• James C. Anderson, James A. Narus, Das Narayandas Business Market Management: Understanding, Creating, and Delivering Value, Prentice Hall International

1	Modulname Internationale Marktforschung
1.1	Modulkürzel 722 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung Internationale Marktforschung
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Gerald Reckert
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch, Beispiele teilweise englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Den Studierenden sollen Kenntnisse über alle relevanten Marktforschungsinstrumente und den Einsatz der Marktforschung vermittelt werden.</p> <p>Der Unterrichtsinhalt umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung der Marktforschung • Anforderungen an qualitativ hochwertige Marktforschung • Sekundärmarktforschung • Primärmarktforschung und ihre Erhebungsformen • Qualitative / quantitative Marktforschung • Arten von Befragungen • Vorgehensweise bei einer Befragung (Untersuchungsplan, Auswahl der Stichprobe, Erstellen eines Fragebogens, Durchführen der Befragung, Analyse der Daten, Forschungsbericht) • Expertengespräch • Marktforschungsinstrumente zur Unterstützung der Produktpolitik • Gruppendiskussion • Panel als Spezialfall der Befragung • Werbewirkungsmessung • Testmärkte und Testmarktalternativen • Beobachtung (als Studiotest und Feldtest) • Experiment • Store Checks

3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen alle relevanten Marktforschungsinstrumente und verstehen ihre Anwendung im Prozess der Marketingkonzeption</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage entscheiden zu können, welche Instrumente sinnvoll für die jeweiligen Fragestellungen eingesetzt werden sollten.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage Marktforschungsstudien zu konzipieren und/oder deren Ausführung wissend zu begleiten.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien • Selbststudium unter Zuhilfenahme der empfohlenen Literatur <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Tafel, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript, Fallstudientexte, Übungsaufgaben,</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in Form einer Klausur über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß § 12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Marketing und internationales Marketing und evtl. weitere vertiefende Fächer im Bachelorstudium</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Marketing und internationales Marketing und evtl. weitere vertiefende Fächer im Bachelorstudium, englische Sprachkenntnisse</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atteslander, P.: Methoden der empirischen Sozialforschung, Berlin. • Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden. Berlin. • Berekoven, L., Eckert, W., Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. Wiesbaden.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Dammer, I., Szymkowiak, F.: Gruppendiskussion in der Marktforschung. Opladen/Wiesbaden.• Hammann, P., Erichson, B.: Marktforschung, Stuttgart. |
|---|

1	Modulname Kundenbeziehungsmanagement
1.1	Modulkürzel 723 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung Kundenbeziehungsmanagement
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Schellhase
1.6	Weitere Lehrende Petri
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Relevanz des Kundenbeziehungsmanagements für den Unternehmenserfolg:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Kundenbeziehungsmanagement • Vom Transaktionsmarketing zum Relationshipmarketing • Die Bedeutung des Kundenbeziehungsmanagements • Der Kundenbeziehungslebenszyklus <p>Die strategische Ausrichtung des Kundenbeziehungsmanagements:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Ziele des Relationshipmarketing <p>Das Kaufverhalten von Konsumenten und die Entscheidungsfindung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Kaufverhalten • Das SOR-Modell zum Kaufverhalten • Grundlagen zur Entscheidungsfindung • Typen der Kaufentscheidung <p>Kundenerwartungen, ihre Zufriedenheit und Bindung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zu Kundenerwartungen • Grundlagen zur Kundenzufriedenheit • Der Zusammenhang zwischen Kundenerwartungen/ -wünschen und der Kundenzufriedenheit • Grundlagen zur Kundenbindung • Der Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Bindung <p>Langfristige Kundenbeziehungen aufbauen und halten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kundenakquisitionsmanagement • Kundenbindungsmanagement • Rückgewinnungsmanagement

	<p>Die Erfolgskontrolle im Kundenbeziehungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Relevanz der Erfolgskontrolle • Kennzahlen für das Kundenakquisitionsmanagement • Kennzahlen für das Kundenbindungsmanagement • Kennzahlen für das Rückgewinnungsmanagement <p>Der Einsatz von IT-Systemen im Kundenbeziehungsmanagement:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufgaben und Funktionalitäten von operativen CRM-Systemen • Aufgaben und Funktionalitäten von analytischen CRM-Systemen • Klassen von CRM-Systemen <p>Direct Marketing and Personal Selling:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen zum Direct Marketing • Direct Marketing Maßnahmen • Die Erfolgskontrolle im Direct Marketing • Grundlagen zum Personal Selling • Formen des Personal Selling • Die Erfolgskontrolle im Personal Selling
<p>3 Ziele</p>	<p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen theoretischen Grundlagen sowie strategische, operative und technische Aspekte des Kundenbeziehungsmanagements im Industriegütermarketing.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können Lösungsansätze für das Kundenbeziehungsmanagement auf theoretischer und praktischer Ebene erarbeiten.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können die erarbeiteten Lösungsansätze in den Praxiseinsatz überführen.</p>
<p>4 Lehr- und Lernformen</p>	<p>Vorlesung (V), Übung (Ü), Seminar (Sem)</p> <p>Eingesetzte Medien: Kombination aus Vorlesung, Gruppendiskussionen und -arbeit, Fallstudien, Kommunikationsmedien (u.a. elektronische Lernplattformen), Präsentationsmedien (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
<p>5 Arbeitsaufwand und Credit Points</p>	<p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden (Präsentation der Erkenntnisse und der Abschlussberichte, Abstimmung in der Gruppe)</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden (Literaturarbeit und Erstellung der Hausarbeit und der Präsentation)</p>
<p>6 Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß § 12 ABPO • Die Prüfungsleistung der Klausur kann ergänzt werden durch eine Prüfungsleistung in Form einer Präsentation. Der Anteil dieser zweiten Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt maximal 30%. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.

	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	Notwendige Kenntnisse Keine.
8	Empfohlene Kenntnisse Marketing und internationales Marketing und evtl. weitere vertiefende Fächer im Bachelorstudium
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten
10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Hofbauer, Günther und Hellwig, Claudia (2012): Professionelles Vertriebsmanagement, 3. Auflage, Erlangen. • Homburg, Christian, Schäfer, Heiko und Schneider Janna (2012): Sales Excellence, 7. Auflage, Heidelberg. • Winkelmann Peter (2012): Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, 5. Auflage, München.

1	Modulname Intralogistik
1.1	Modulkürzel 721 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Intralogistik
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bohnhoff
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bucerius, Dr Wojanowski
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Intralogistik • Aufbau von Intralogistiksystemen • Lagerungssysteme • Kommissioniersysteme • Identifizierungssysteme in der Logistik • Sortiersysteme • Systeme des innerbetrieblichen Transports • Kapazitätsmanagement • Analyse- und Bewertungsmethoden • Simulation interner Warenflüsse • Intralogistik der Zukunft (Logistik 4.0, Internet der Dinge, 3-D-Druck, etc.)
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden sollen nach Abschluß des Moduls Materialflüsse quantitativ und qualitativ beschreiben können. Sie kennen grundlegende Materialflusstechniken von Lagerung, Kommissionierung, Sortierung und innerbetrieblichem Transport.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können die gelernten Methoden und Techniken für beispielhafte Fälle im Bereich Materialfluß anwenden.</p>

	<p>Kompetenzen: Dazu gehört die Gestaltung von Materialflusssystemen, deren Abbildung und Leistungsanalyse sowie Bewertung.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung mit Übungen</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Overhead-Projektor, Tafel</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls; Im Rahmen der Vorlesung können Präsentationen zu einzelnen Themen als Gruppenarbeit vergeben werden. Die Durchführung und Benotung der Präsentationen erfolgt als Teamleistung. Die Präsentationen gehen mit maximal 30 % in die Gesamtnote ein. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Jeweils in neuester Ausgabe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arnold/Furmans: Materialfluß in Logistiksystemen. • Jünemann, R./Schmidt, T.: Materialflusssysteme – Systemtechnische Grundlagen. • Martin, H.: Transport- und Lagerlogistik: Planung, Struktur, Steuerung und Kosten von Systemen der Intralogistik, Wiesbaden. <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben.</p>

1	Modulname Transport- und Distributionslogistik, Verkehr
1.1	Modulkürzel 722 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Transport- und Distributionslogistik, Verkehr
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Vieth
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bohnhoff, Dr. Bucerius, Dr. Wojanowski
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>In dieser Veranstaltung geht es darum, den Absolventinnen und Absolventen die Bedeutung von Verkehrswegen und Verkehrsträgern für die Globalisierung der Wirtschaft und damit für den Wohlstand von Gesellschaften zu verdeutlichen. Personen, Gütern, Finanzen und Informationen als Transportobjekte der Logistik können nur dann effektiv und effizient zwischen den Wirtschaftssubjekten fließen, wenn neben einer geeigneten betrieblichen Intra- und Interlogistik auch die makrologistischen Voraussetzungen in Form von Verkehrswegen und Verkehrsträgern gewährleistet sind. Die Planung, Konzeptionierung, Realisierung und der Betrieb von Verkehrswegen und Verkehrsträgern ist für Betriebe zumindest insoweit von Bedeutung als Standortentscheidungen auch von der Verkehrsinfrastruktur beeinflusst werden. Darüber hinaus bieten öffentliche und private Institutionen, die für die Planung, Konzeptionierung, Realisierung und der Betrieb von Verkehrswegen und Verkehrsträgern verantwortlich sind, interessante Aufgabenfelder für Absolventinnen und Absolventen an.</p> <p>In dieser Veranstaltung werden die Absolventinnen und Absolventen mit makrologistischen Problemstellungen und Lösungsansätzen der verschiedenen Verkehrssysteme aus ökonomischer, ökologischer und soziologischer Perspektive konfrontiert. Neben einer isolierten Betrachtung der unterschiedlichen Verkehrssysteme werden auch Logistiknetzwerke präsentiert, die die Vorteile der verschiedenen Verkehrssysteme in effizienter und effektiver Art und Weise koordinieren.</p> <p>In dieser Veranstaltung werden im Einzelnen die nachfolgenden Inhalte bearbeitet, die jedoch immer wieder um neue theoretische und praktische Überlegungen zum internationalen Beteiligungs- und Konzerncontrolling ergänzt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung <ul style="list-style-type: none"> ○ Begriffliche Abgrenzungen

- Prinzipien der Logistik
- Aufgaben der Logistik
- Verkehr im Spannungsfeld zwischen Märkten, Unternehmen und Politik
- Segmentierung von Logistikmärkten
- Reglementierungen
- Verkehrsentwicklung

- Verkehrsträger „Luft“
 - Charakteristika
 - Entwicklung im Luftverkehr
 - Determinanten der Luftverkehrsnachfrage
 - Strategien und Geschäftsmodelle
 - Management des Luftverkehrs
 - Kooperationen
 - Revenue Management

- Verkehrsträger „Straße“
 - Charakteristika
 - Entwicklung im Straßenverkehr
 - Frachtbörsen
 - Frachtkosten
 - Verkehrspreissysteme

- Verkehrsträger „See“
 - Charakteristika
 - Entwicklungen im Seeverkehr
 - Frachtkosten
 - Containerschiffahrt
 - Kooperationen
 - Binnenschiffahrt

- Verkehrsträger „Schiene“
 - Charakteristika
 - Entwicklungen im Schienenverkehr
 - Bahnreformen
 - Fahrweg und Betrieb
 - Trassenpreise

- Kombiniertes Verkehr
 - Charakteristika
 - Aufbau von Transportketten
 - Herausforderungen und Potentiale

- Logistiknetzwerke
 - Charakteristika
 - Logistikdienstleister
 - Von Insellösungen zu Netzwerken
 - Herausforderungen und Potentiale
 - Konsolidierungskonzepte
 - City-Logistik

<p>3</p>	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Absolventinnen und Absolventen können die verschiedenen Verkehrsträger benennen und charakterisieren. Sie sind in der Lage, die Entwicklungen der einzelnen Verkehrsträger zu skizzieren und Determinanten dieser Entwicklungen zu beschreiben. Ausgehend von den Entwicklungen der einzelnen Verkehrsträger können die Absolventinnen und Absolventen die ökonomischen, ökologischen und soziologischen Wirkungen beschreiben.</p> <p>Fertigkeiten: Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Auswirkung der Entwicklungen der einzelnen Verkehrsträger auf die betrieblichen Entscheidungen zu berücksichtigen. Diese Fertigkeiten können sie nutzen, um bei der Entscheidungsvorbereitung in Betrieben mitzuwirken. Neben der Planung von Handlungsalternativen unter Berücksichtigung der Entwicklungen der unterschiedlichen Verkehrsträger, sind die Absolventinnen und Absolventen qualifiziert, die Ergebnisse der einzelnen Alternativen zu ermitteln. Beispielsweise sind sie in der Lage die Auswirkungen der Entwicklungen von Verkehrsträgern auf die betrieblichen Bereiche der Transport- und Distributionslogistik zu antizipieren.</p> <p>Kompetenzen: Die Absolventinnen und Absolventen entwickeln eigene Lösungsansätze für die logistischen Funktionsbereiche von Betrieben unter Berücksichtigung der makrologistischen Umfeldbedingungen. Aufgrund ihrer Kenntnisse über die Eigenschaften und Entwicklungen von Verkehrsträgern, sind sie in der Lage sowohl an strategischen Entscheidungsprozessen mitzuwirken als auch operativ in den logistischen Funktionsbereichen zur Verbesserung der betrieblichen Prozesse und damit an der Steigerung von Effektivität und Effizienz beizutragen. Während es beispielsweise in strategischen Entscheidungsprozessen um Fragen der Veränderung von Geschäftsmodellen unter Einbeziehung von Digitalisierungsalternativen geht, dominiert auf der operativen Ebene die Umsetzung konkreter Transport- und Distributionstransaktionen. In beiden Bereichen sind diese Kompetenzen erforderlich, um die Potentiale der alternativen Verkehrsträger in geeigneter Weise zu nutzen und sich im Fall von Problemen richtig zu positionieren.</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien (Plenumsarbeit) • Präsentation und Diskussion von Fallstudienlösungen (Gruppenarbeit) • Selbststudium unter Zuhilfenahme eines Lerntagebuchs und des Videomaterials zur Veranstaltung <p>Eingesetzte Medien sind u. a. Beamer, Fallstudientexte, Inverted Classroom, Klausurbeispiele, Lernplattformen, Lesetexte, Tafel, Tageslichtprojektor, Übungsaufgaben, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript</p>
<p>5</p>	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Prüfungsvorleistungen (maximaler Anteil an der Modulnote jeweils 25%): • Prüfungsvorleistung in Form einer Klausur zu Fragestellungen der Logistik, um die Eingangsqualifikationen der Absolventinnen und Absolventen zu erheben. • Fallstudienbearbeitung zu der Lehrveranstaltung. • Führen eines Lerntagebuchs zu der Lehrveranstaltung. • Prüfungsleistung in Form einer Klausur oder einer vergleichbaren schriftlichen Leistung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls oder alternativ zu einer Klausur eine ver-

	<p>gleichbare schriftliche Leistung. Der Anteil dieser Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt mindestens 50%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der jeweiligen Prüfungsvorleistungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistungen. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.
7	Notwendige Kenntnisse
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Grundlegende Kenntnisse in Organisation und Management Kenntnisse von Zielen und Funktionen der Logistik und die Bedeutung von nationalen und internationalen Verkehrswegen und Verkehrsträgern zur Erreichung logistischer Ziele und Erledigung logistischer Funktionen. Darüber hinaus sind Kenntnisse aus dem Modul „Projektmanagement und Präsentationstechnik“ sowie Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten hilfreich.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aberle, G. (2009): Transportwirtschaft: Einzelwirtschaftliche und gesamtwirtschaftliche Grundlagen, 5. Aufl., München 2009. • Biebig, P./Althof, W./Wagener, N. (2008): Seeverkehrswirtschaft: Kompendium, 4. Aufl., München 2008. • Bloech, J./Ihde G. (1997): Vahlens großes Logistiklexikon, München 1997. • BMVBS Bundesministerium für Verkehr-, Bau- und Stadtentwicklung (Hrsg.) (2011): Verkehr in Zahlen 2010/2011, Hamburg 2011. • Conrady, R./Fichert, F./Sterzenbach, R. (2013): Luftverkehr: Betriebswirtschaftliches Lehr- und Handbuch, 5. Aufl., München 2013. • Deutsche Bahn AG (Hrsg.) (2010): Deutsche Bahn AG: Geschäftsbericht 2010, Berlin 2010. • Deutsche Binnenreederei AG (Hrsg.) (2007): Transportlogistik Innovativ Europaweit (Geschäftsbroschüre), Berlin 2007. • Ehrmann, H. (2012): Logistik, 7. Aufl., Ludwigshafen 2012. • Fagagnini, Hans Peter: Politische und rechtliche Rahmenordnung für den Güterverkehr, in: Güterverkehr kompakt, hrsg. von Wolfgang Stötzle und Hans Peter Fagagnini: Güterverkehr kompakt. München 2010, S. 93-123. • Fagagnini, Hans Peter / Stötzle, Wolfgang: Märkte, Unternehmen und Politik in ihren Wirkungszusammenhängen, in: Güterverkehr kompakt, hrsg. von Wolfgang Stötzle und Hans Peter Fagagnini: Güterverkehr kompakt. München 2010, S. 1-18. • Henning, R./Janz, O./Schröder, M./Janowski, J. (2003), Economies in der Verkehrswirtschaft, in: Merkel, H./Bjelicic, B. (Hrsg.), Logistik und Verkehrswirtschaft im Wandel, München 2003, S. 399-417. • Hoffmann, Annette / Resch, Bettina: Eigenschaften von Güterverkehrsleistungen, in: Güterverkehr kom-

pakt, hrsg. von Wolfgang Stötzle und Hans Peter Fagagnini: Güterverkehr kompakt. München 2010, S. 39-47.

- Hofmann, Erik / Wessely, Philip: Verkehrsmärkte, in: Güterverkehr kompakt, hrsg. von Wolfgang Stötzle und Hans Peter Fagagnini: Güterverkehr kompakt. München 2010, S. 49-92.
- Ihde, G. (2001): Transport, Verkehr, Logistik, 3. Aufl., München 2001.
- Kummer, S. (2006): Einführung in die Verkehrswirtschaft, Wien 2006.
- Pfohl, H.-Chr. (2009): Logistiksysteme: Betriebswirtschaftliche Grundlagen, 8. Aufl., Berlin 2009.
- Schulte, Christof: Logistik. 7. Aufl., München 2016.
- Vahrenkamp, R./Kotzab, H. (2012): Logistik: Management und Strategien, 7. Aufl., München.
- Waters, D. (2009): Supply Chain Management: An introduction to logistics, 2nd edition, Houndmills 2009.

1	Modulname Decision Sciences
1.1	Modulkürzel 723 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Decision Sciences
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wojanowski
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bohnhoff, Dr. Bucerius
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Entscheidungstheorie • Spieltheorie, Nash Gleichgewicht in gemischten Strategien • ganzzahlige Optimierung mit branch and bound und Schnittebenenverfahren • Knapsackproblem
3	Ziele <p>Kenntnisse: Aufbauend auf den Grundlagenveranstaltungen des Operations Research sollen die Studierenden mathematische Modelle der linearen Optimierung auch für ganzzahlige Aufgabenstellungen aufstellen und lösen können. Die methodische Beherrschung des Simplex-Algorithmus wird vorausgesetzt. Darüber hinaus werden Entscheidungsmodelle unter Sicherheit und Unsicherheit sowie die grundlegenden Modelle der Spieltheorie erlernt.</p> <p>Fertigkeiten: Den Studierenden wird Methodenkompetenz bei der Analyse und Lösung einer Vielzahl logistischer Aufgabenstellungen der ganzzahligen Optimierung vermittelt. Sie können komplexe Entscheidungssituationen erfassen, beurteilen und mit geeigneten Methoden einen Lösungsvorschlag erarbeiten. Die Studenten können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden und die erarbeiteten Lösungsvorschläge wirtschaftlich interpretieren.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können entsprechende Verfahren entwickeln, diese Modelllösungen auf das konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungsproblem anwenden und deren Ergebnisse und Einsatzmöglichkeiten</p>

	kritisch beurteilen.
4 Lehr- und Lernformen	Seminaristische Vorlesung mit Übungen Eingesetzte Medien: Beamer, Overhead-Projektor, Tafel
5 Arbeitsaufwand und Credit Points	Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6 Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7 Notwendige Kenntnisse	Keine
8 Empfohlene Kenntnisse	Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau insbesondere Operations Research
9 Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots	Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10 Verwendbarkeit des Moduls	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11 Literatur	<p>Jeweils in neuester Ausgabe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zimmermann: Operations Research Methoden und Modelle. Für Wirtschaftsingenieure, Betriebswirte, Informatiker. • Pindyck, R; Rubinfeld, D.: Mikroökonomie. • Domschke, W; Drexl, A.: Einführung in Operations Research. • Kühnapfel, J.: Nutzwertanalysen in Marketing und Vertrieb. • Eisenführ, F.; Weber, M.; Langer, T.: Rationales Entscheiden. <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben.</p>

1	Modulname Strategisches Management
1.1	Modulkürzel 721 MC
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Management und Controlling“
1.3	Lehrveranstaltung Strategisches Management
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Kopsch
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Konzept und geschichtliche Entwicklung • Theoretische Perspektiven und empirische Strategieprozessforschung • Prozess des strategischen Managements: strategische Zielplanung, strategische Analyse und Prognose, Strategieformulierung und -bewertung, Strategieimplementierung, strategische Kontrolle • Strategisches Management auf Geschäftsfeldebene • Strategisches Management aus Unternehmensebene
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> - Die Entwicklungsgeschichte des strategischen Managements zu erläutern. - Theoretische Perspektiven des Strategischen Managements und die empirische Strategieforschung zu erläutern. - Die Phasen und ausgewählte Instrumente/Methoden des Strategischen Managementprozesses zu präsentieren und zu erläutern. - Den Unterschied zwischen Geschäftsfeld- und Unternehmensebene zu benennen. Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage <ul style="list-style-type: none"> - Die Anwendbarkeit des Konzeptes des Strategischen Managements auf praktische Fragestellungen zu beurteilen. - Theoretische Perspektiven des Strategischen Management zu strukturieren und kritisch zu würdigen.

	<ul style="list-style-type: none"> - Instrumente und Methoden des Strategischen Planungsprozesses zu strukturieren und kritisch zu hinterfragen. - Instrumente und Methoden der Geschäftsfelder und der Unternehmensebene zuzuordnen. <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instrumente und Methoden des Strategischen Managementprozesses anhand praktischer Beispiele und kleiner Fallstudien anzuwenden.
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung (V) mit Übungen, Fallstudien und Gruppenarbeit</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Texte, Fallstudien</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden, 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Klausur am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Die Prüfungsleistung der Hausarbeit kann ergänzt werden durch eine Prüfungsvorleistung in Form einer Hausarbeit. Der Anteil dieser Prüfungsvorleistung an der Modulnote beträgt maximal 40%. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welge / Al-Laham: Strategisches Management, Grundlagen – Prozeß – Implementierung, Gabler • Hungeberg: Strategisches Management in Unternehmen, Ziele – Prozesse – Verfahren, Gabler • Hungeberg / Meffert: Handbuch Strategisches Management, Gabler • Zentes / Morschett / Schramm-Klein: Strategic International Management, Text and Cases, Gabler • Müller-Stewens / Lechner: Strategisches Management: Wie strategische Initiative zum Wandel führt, Schaeffer-Poeschel

1	Modulname Unternehmensverfassung und Corporate Governance
1.1	Modulkürzel 722 MC
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Management und Controlling“
1.3	Lehrveranstaltung Unternehmensverfassung und Corporate Governance
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r)
1.6	Weitere Lehrende Dr. Gernot Schmitt-Gaedke
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch/Englisch
2	<p>Inhalt (Angabe des fachlichen Inhalts ggf. getrennt nach den im Kopf angegebenen Lehrveranstaltungen, auch als stichwortartige Aufzählung möglich)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Governance – Begriff und Bedeutung • Corporate Governance – wesentliche Ansätze und ihre historische Entwicklung • Unternehmensverfassung – Begriff und Bedeutung • Unternehmensverfassung – wesentliche Ansätze und ihre historische Entwicklung • Grundproblem: Interessenskonflikte innerhalb eines Unternehmens (Principal-Agent-Theorie) • Unternehmensverfassung und Corporate Governance als Instrumente zur Vermeidung und Bewältigung von Interessenskonflikten • Interessenskonflikte – Beispiele aus der Unternehmenspraxis • Typenbildung: Klassifizierung von Interessenskonflikten • Die Lösungsansätze der Corporate Governance • Die Lösungsansätze der Unternehmensverfassung • Unternehmensverfassung und Corporate Governance im internationalen Vergleich
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Verständnis der Begriffe „Corporate Governance“ und „Unternehmensverfassung“ und ihrer historischen und theoretischen Grundlagen. Verständnis der Grundbegriffe nationalen und internationalen Gesellschaftsrechts, insbesondere der einzelnen Gesellschaftstypen und der jeweiligen Kompetenzverteilung zwischen den Organen.</p>

	<p>Fertigkeiten: Die Fähigkeit, in bestimmten Konstellationen Interessenskonflikte zu erkennen, darzustellen und individuelle Lösungen hierfür zu entwickeln.</p> <p>Kompetenzen: Die Kompetenz, potenzielle Interessenskonflikte in Unternehmen unter Rückgriff auf die Methoden der Corporate Governance bzw. der Unternehmensverfassung zu vermeiden.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Eingesetzte Medien: Tafelbilder, Powerpoint-Präsentationen, Ausdrucke.</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Klausur am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Die Prüfungsleistung der Hausarbeit kann ergänzt werden durch eine Prüfungsvorleistung in Form einer Hausarbeit oder Präsentation. Der Anteil dieser Prüfungsvorleistung an der Modulnote beträgt maximal 40%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Keine</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tricker: Corporate Governance: Principles, Policies and Practices. • Mallin: Corporate Governance. • Mallik: Die richtige Corporate Governance: Mit wirksamer Unternehmensaufsicht Komplexität meistern

1	Modulname Human Ressource Management
1.1	Modulkürzel 723 MC
1.2	Art Pflichtmodul
1.3	Lehrveranstaltung Human Resource Management
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Stork
1.6	Weitere Lehrende Dr. Kopsch, Dr. Nettelbeck, Dr. Vieth
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch; Literatur und Unterlagen in der Vorlesung und bei den Übungen teilweise auch in Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Einführung: Internationales Personalmanagement in anspruchsvollen betrieblichen Situationen</p> <p>Grundlagen I: Besonderheiten im internationalen Personalmanagement (Gesetze, wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen, Einfluss und Bedeutung von Kultur und Sprache)</p> <p>Grundlagen II: Motivationskonzepte und Lernkonzepte und ihr Erklärungsbeitrag zur Entstehung von Leistung im internationalen Vergleich</p> <p>Vertiefungen und Fallstudien zu den Kerngebieten des Personalmanagements – jeweils insb. im internationalen Kontext</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalführung und Motivation • Personalentwicklung • Personalmarketing • Personalbetreuung • Personalplanung und -veränderung • Personalcontrolling <p>Umfassende und komplexe Fallstudien zu aktuellen anspruchsvollen Herausforderungen im internationalen Personalmanagement (komplexe Change- resp. Transformations-Aufgaben)</p>

<p>3</p>	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Die Studierenden können</p> <p>Die allgemeinen Besonderheiten und Herausforderungen im internationalen Personalmanagement in anspruchsvollen betrieblichen Situationen aufzeigen und erläutern.</p> <p>Die spezifischen Besonderheiten und Herausforderungen im internationalen Personalmanagement vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Gesetzeslage, der jeweils anderen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie in Bezug auf den Einfluss und die Bedeutung von Kultur und Sprache analysieren und darstellen.</p> <p>Motivationskonzepte und Lernkonzepte und ihr Erklärungsbeitrag zur Entstehung von Leistung im internationalen Vergleich analysieren und vergleichend aufbereiten.</p> <p>Vertiefende Aspekte zu den Kerngebieten des Personalmanagements beschreiben und erläutern.</p> <p>Fertigkeiten:</p> <p>Die Studierenden können auf Basis von Fallstudien und / oder in Bezug zu spezifischen Fragestellungen (wie neue strategische Ausrichtung, tiefgreifende organisatorische Veränderungen etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die allgemeinen und die spezifischen Besonderheiten und Herausforderungen im internationalen Personalmanagement analysieren und jeweils geeignete Konzepte und Vorgehensmodelle auswählen • Vor dem Hintergrund der jeweils unterschiedlichen Gesetzeslage, der jeweils anderen wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen sowie in Bezug auf den Einfluss und die Bedeutung von Kultur und Sprache jeweils geeignete Maßnahmen und Vorgehensweisen ableiten. <p>Kompetenzen:</p> <p>Die Studierenden können in Bezug auf umfassende und komplexe Fallstudien im internationalen Personalmanagement eigenständig Bearbeitungsansätze auswählen, dazu passende Konzepte aufzeigen und die entsprechend geeigneten Methoden und Tools anwenden sowie insgesamt eine überzeugende Lösung gestalten, vorstellen und verteidigen (bspw. über eine schriftliche Ausarbeitung oder über eine Präsentation).</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Seminaristische Vorlesung (V) mit Hörsaalübungen (Ü)</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer-/Whiteboard-Präsentationen, Vorlesungsskript, Arbeitsblätter (Übungen) und elektronische Lernplattform</p>
<p>5</p>	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer schriftlichen Klausurprüfung (auch E-Klausur). Bezüglich der Prüfungsdauer gilt § 12 ABPO. • Andere Prüfungsformen (z.B. Hausarbeiten, Präsentationen), die in der Regel die schriftliche Klausurprüfung ergänzen, sind als Prüfungsleistung möglich. • Prüfungsvorleistungen (z.B. Laborversuche, Bearbeitung von Übungs- oder Entwicklungsaufgaben) – auch in Gruppenarbeit – sind ebenfalls möglich. Prüfungsvorleistungen können benotet oder unbenotet sein. Im Falle benoteter Prüfungsvorleistungen darf der Anteil an der Modulnote 30% nicht übersteigen. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Werden Prüfungsvorleistungen verlangt, ist das Bestehen der Prüfungsvorleistung Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung.

7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine.</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Advanced Project Management (Masterniveau), sowie Grundlagen-Module insbesondere in Personalmanagement sowie in Organisation und Management, in Controlling und in Marketing auf Bachelorniveau. Falls im Bachelorstudium kein Grundlagenmodul in (Internationalen) Personalmanagement besucht wurde, wird dessen Nachholen zu Beginn des Masterstudiums empfohlen.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festing/Dowling/Weber/Engle: Internationales Personalmanagement. • Krummacker; Vogel: Leadership – Best Practices und Trends, Wiesbaden. • Lang/Rybnikova: Aktuelle Führungstheorien und -konzepte, Wiesbaden. • von der Oelsnitz: Einführung in die systemische Personalführung, Heidelberg. <p>Weitere und alternative Literaturempfehlungen sowie aufbereitete Fallstudienunterlagen in der Lehrveranstaltung.</p>

1	Modulname Wahlpflichtmodul 1
1.1	Modulkürzel 724
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wahlpflichtfach
1.4	Semester 7
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Die entsprechenden Modulbeschreibungen werden zu Beginn jedes Semesters veröffentlicht.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Als Wahlpflichtmodule können neben dem Angebot des Fachbereichs Wirtschaft folgende weitere Module gewählt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Module aus dem Sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium • Module aus dem Angebot des Sprachenzentrums • Ausgewählte Module ausländischer Hochschulen • Pflichtveranstaltungen anderer Schwerpunkte im Masterstudiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre • Studium Generale: Andere Module in Masterstudiengängen der Hochschule Darmstadt mit inhaltlicher Ausrichtung außerhalb des eigenen Fachbereichs
3	Ziele Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
4	Lehr- und Lernformen Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden

6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
7	Notwendige Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
8	Empfohlene Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
10	Verwendbarkeit des Moduls Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
11	Literatur Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.

1	Modulname Innovationsmanagement
1.1	Modulkürzel 731 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung Innovationsmanagement
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Gerald Reckert
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch, Beispiele teilweise Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>Den Studierenden sollen Kenntnisse und Einsichten in Notwendigkeit, Wesen und Management von Innovationen vermittelt werden.</p> <p>Der Unterrichtsinhalt umfasst:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Innovationsmanagements • Innovation als Managementaufgabe • Der Innovationsprozess • Innovationswiderstände • Innovationsakteure • Innovationsplanung und -analyse • Ideenmanagement • Innovationsorganisation • Messung und Bewertung von Innovationserfolg • Fallbeispiele von Innovationsprozessen
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen theoretischen Grundlagen sowie strategische, operative und technische Aspekte des Innovationsprozesses im Unternehmen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können sinnvoll in einem laufenden Innovationsprozess mitwirken und diesen weiterentwickeln und vorantreiben.</p>

	<p>Kompetenzen: Die Studierenden können selbstständig in ihrem Unternehmen einen Innovationsprozess initiieren.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien • Selbststudium unter Zuhilfenahme der empfohlenen Literatur <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Tafel, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript, Fallstudientexte, Übungsaufgaben.</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 86 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in Form einer Klausur über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß § 12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Marketing und internationales Marketing und evtl. weitere vertiefende Fächer im Bachelorstudium, englische Sprachkenntnisse</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls</p> <p>Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hauschildt, Jürgen / Salomo, Sören (2011): Innovationsmanagement, 5. Auflage, München (Vahlen). • Müller-Prothmann, Tobias / Dörr, Nora (2014) Innovationsmanagement, 3. Auflage München (Hanser). • Skript zur Vorlesung

1	Modulname Vertriebs - Management
1.1	Modulkürzel 732 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung Vertriebs - Management
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Schellhase
1.6	Weitere Lehrende Dr. Schützdeller
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Einführung • Grundzüge des Vertriebs • Grundsätzliche Organisation des Vertriebs • Operative Verkaufsplanung • Personal-Management im Vertrieb • Performance Management • Vertriebsstrategie • Kundeninformationssysteme • Internationaler Vertrieb • Key Account Management • Branchen-Management
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über Grundkenntnisse über den Aufbau von Vertriebsnetzen, die wichtigsten Führungsmethoden im Vertrieb und die Steuerungsinstrumente im Vertrieb.</p> <p>Fertigkeiten: Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Vor- und Nachteile der verschiedenen Vertriebsformen abzuwägen und wissen die Stellschrauben zur Performance des Vertriebs anzuwenden.</p> <p>Kompetenzen: Die Absolventinnen und Absolventen können eine qualifizierte Analyse der Vertriebsorganisation am Beispiel des eigenen Unternehmens mit eigenen Worten durchführen und SWOT-Analysen des Vertriebs der</p>

	Unternehmen ihrer Kommilitonen erstellen.
4 Lehr- und Lernformen	Vorlesung (V), Übung (Ü) Eingesetzte Medien: Tafel, Beamer, Video
5 Arbeitsaufwand und Credit Points	Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden, 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden
6 Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Klausur am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß § 12 ABPO • Die Prüfungsleistung der Klausur kann ergänzt werden durch eine Prüfungsleistung in Form einer Präsentation. Der Anteil dieser Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt maximal 30%. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester.
7 Notwendige Kenntnisse	Keine
8 Empfohlene Kenntnisse	Keine
9 Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots	Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10 Verwendbarkeit des Moduls	Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11 Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Homburg/Schäfer/Schneider: Sales Excellence, Springer Gabler. • Albers/Krafft: Vertriebsmanagement, Springer Gabler. • Hofbauer/Hellwig: Professionelles Vertriebsmanagement, Publicis. • Winkelmann: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung, Vahlen.

1	Modulname Internationales B-to-B-Marketing und Vertriebsmanagement
1.1	Modulkürzel 733 BM
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Business Marketing und Technischer Vertrieb“
1.3	Lehrveranstaltung Internationales B-to-B-Marketing und Vertriebsmanagement
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Schellhase
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt Inhalt des Seminarmoduls ist die selbständige vertiefte wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Themen aus den Bereichen internationales B-to-B-Marketing und Vertriebsmanagement
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden kennen die für die wissenschaftliche Arbeit notwendigen Literaturrecherche- und -verwaltungsmethoden sowie die formalen Anforderungen an die Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit. Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse durch die Behandlung aktueller Problemstellungen aus den Bereichen internationales B-to-B-Marketing und Vertriebsmanagement zu erarbeiten. Die Studierenden können ihre Erkenntnisse zielgruppengerecht präsentieren. Kompetenzen: Die Studierenden entwickeln eigenständig Lösungswege und -strategien zur Lösung der vorgegebenen Problemstellung. Sie sind in der Lage, Konzepte und Theorien des internationalen Marketings auf die gegebene Problemstellung anzuwenden und für deren Lösung zu nutzen. Die Studierenden sind in der Lage, die Texte anderer im Hinblick auf die Einhaltung der Standards einer wissenschaftsorientierten Textproduktion zu bewerten und kritisch zu diskutieren.

4	<p>Lehr- und Lernformen Seminar (Sem) ggf. in Gruppenarbeit</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien für die Gruppenarbeit (u.a. Chats, Instant Messaging-, Cloud Storage- und Content Management-Systeme), Präsentationsmedien für die Präsentation der Erkenntnisse (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden (Präsentation der Erkenntnisse und der Abschlussberichte, Abstimmung in der Gruppe) Selbststudium: 116 Stunden (Literaturarbeit und Erstellung der Hausarbeit und der Präsentation)</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Prüfungsleistung in Form einer Hausarbeit ggf. in Gruppenarbeit und in Form einer Präsentation. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.</p>
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen des Marketings</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Abhängig vom Thema der Hausarbeit</p>

1	Modulname Logistikcontrolling
1.1	Modulkürzel 731 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Logistikcontrolling
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Bohnhoff
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bucerius, Dr. Wojanowski
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Logistik/des Controllings, • Aufgaben und Ziele des Logistikcontrollings • Prozessmanagement/-mapping • Strategisches und operatives Logistikcontrolling • Aufbau und Logistikkostenrechnung • Aufbau einer Logistikleistungsrechnung • Kennzahlensysteme in der Logistik
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden kennen nach Abschluss des Moduls wesentliche Methoden und Ansätze im Bereich Logistik-Controlling.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, die Aufgaben des internen Rechnungswesens, insbesondere der Kosten- und Leistungsrechnung im Zusammenhang mit Fragestellungen der Logistik zu verstehen und zu erklären. Sie können ihr gelerntes Wissen in verschiedenen Fallstudien anwenden.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden können das auf das konkrete betriebswirtschaftliche Entscheidungsproblem anzuwendenden Verfahren erkennen, auswählen und dessen Ergebnisse und Einsatzmöglichkeiten kritisch beurteilen.</p>

4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien und Übungen</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur über den Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. Im Rahmen der Vorlesung können Präsentationen zu einzelnen Themen als Gruppenarbeit vergeben werden. Die Durchführung und Benotung der Präsentationen erfolgt als Teamleistung. Die Präsentationen gehen mit maximal 30 % in die Gesamtnote ein. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Prüfungsvoraussetzung: keine
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelorniveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Jeweils in neuester Auflage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czenskowsky, Piontek; Logistikcontrolling, Marktorientiertes Controlling der Logistik und der Supply Chain, Betriebswirte-Verlag. • Ehrmann, Harald: Logistik, NWB Verlag, Herne. • Weber, Jürgen, Wallenburg, Carl Marcus: Logistik- und Supply Chain Controlling, Schäffer Poeschel • Reichmann, Thomas: Controlling mit Kennzahlen, Franz Vahlen München. <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben</p>

1	Modulname IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik
1.1	Modulkürzel 732 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung IT-Systeme in der Logistik und E-Logistik
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Vieth
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bohnhoff, Dr. Bucerius, Dr. Wojanowski
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>In dieser Veranstaltung geht es darum, den Absolventinnen und Absolventen Herausforderungen und Potentiale bei der Implementierung und Nutzung digitaler Anwendungssysteme in Logistiksystemen zu vermitteln. Gleichzeitig sollen sie die Möglichkeit haben, eigene betriebliche Erfahrungen in die Veranstaltung einzubringen. Im Fokus stehen dabei digitale Anwendungssysteme zur Unterstützung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.) betrieblicher Logistikfunktionen in den leistungsbezogenen Funktionsbereichen wie Product Life Cycle Management, Supply Chain Management, Produktionsplanung und -steuerungssysteme, Projektmanagement und Service Management, 2.) des Managements betrieblicher Logistikfunktionen wie Strategische Planung, Finanzplanung, Controlling und Compliance, Organisation sowie Veränderungsmanagement, 3.) betrieblicher Logistikfunktionen in den unterstützenden Funktionsbereichen wie Qualitätsmanagement, Compliance Management, Information und Kommunikation. <p>In dieser Veranstaltung werden im Einzelnen die nachfolgenden Inhalte bearbeitet, die jedoch immer wieder um neue Entwicklungen in der Informationstechnologie und neue Geschäftsmodelle in der Logistik ergänzt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung <ul style="list-style-type: none"> ○ Aufgaben von IT-Systemen in der Logistik und E-Logistik ○ Unterstützung der Aufgabenerledigung durch IT-Systeme ○ Herausforderungen und Optionen ○ Veränderung von Arbeitsfeld und -umfeld in der Logistik ○ Veränderung von Industrien und Märkten ○ Logistikmanagementsysteme

	<ul style="list-style-type: none"> • Technische und betriebswirtschaftliche Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> ○ Ressourcen zur Bewältigung logistischer Aufgaben ○ Technische Perspektiven in der Inter- und Intralogistik ○ Betriebswirtschaftliche Perspektiven in der Inter- und Intralogistik (z. B. Revenue-Management, Toyota Production System, Enterprise Resource Planning) • Management und Organisation der Logistik und des Supply Chain Managements <ul style="list-style-type: none"> ○ Einbindung der Funktionen IT-Systeme und Logistik ○ Gestaltung von Schnittstellen • Prozesse der Logistik und des Supply Chain Managements <ul style="list-style-type: none"> ○ Referenzprozesse ○ Gestaltung und Verbesserung von Prozessen • Methoden und Instrumente der Logistik und des Supply Chain Managements <ul style="list-style-type: none"> ○ Anwendungen zur Unterstützung operativer und dispositiver Aufgaben in der Logistik ○ Isolierte Lösungen ○ Integrierte Lösungen ○ Netzwerke • Neuere Entwicklungen <ul style="list-style-type: none"> ○ Industrie 4.0 ○ Business Intelligence ○ Internet of Things ○ Innovative Geschäftsmodelle
<p>3</p>	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen können die verschiedenen Aufgaben der Logistik in Betrieben benennen. Sie sind in der Lage, die Beiträge von IT-Systemen zur Unterstützung der Aufgabenerledigung in der Logistik und in Logistikmanagementsystemen zu beschreiben. Dazu kennen sich die Absolventinnen und Absolventen mit den erforderlichen Ressourcen zur Aufgabenbearbeitung in der Logistik aus und wissen den Einsatz von IT-Systemen zur Ressourcenbereitstellung zu skizzieren. Sie sind sowohl mit isolierten IT-Systemen zur Abwicklung einzelner logistischer Aufgaben als auch integrierten IT-Systemen zur Abwicklung ganzheitlicher logistischer Aufgaben vertraut. Auf der einen Seite können sie wesentliche Herausforderungen bei der Implementierung der IT-Systeme in der Logistik benennen, auf der anderen Seite können sie die Potentiale dieser IT-Systeme aufzeigen. Die Absolventinnen und Absolventen können innovative Lösungen in der Logistik in Verbindung mit IT-Systemen benennen. Dazu gehören auch neue Geschäftsmodelle aus dem Bereich der Logistik.</p> <p>Fertigkeiten:</p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, logistische Prozesse in intra- und interorganisationalen Wertschöpfungs-systemen zu analysieren, um Verbesserungspotentiale zu identifizieren. Weiterhin haben sie alternative IT-Systeme zur Unterstützung logistischer Aufgaben kennengelernt, aus denen sie situativ Lösungsoptionen auf der Grundlage digitaler Informationssysteme konzipieren können. Darüber hinaus haben sie kennengelernt, wie organisatorisch Schnittstellen zwischen logistischen Funktionen und der Funktion „Information und Kommunikation“ gestaltet werden können.</p> <p>Kompetenzen:</p> <p>In praxisnahen Projekten entwickeln die Absolventinnen und Absolventen umfassende Lösungsansätze für</p>

	<p>betriebliche und überbetriebliche Logistiksysteme mit Hilfe und unter Berücksichtigung alternativer IT-Systeme. Sie sind in der Lage logistische Prozesse zu lesen und zu gestalten, auch unter Berücksichtigung des Einsatzes von IT-Systemen.</p> <p>In einem ersten Schritt analysieren sie die aktuelle Situation, identifizieren Problembereiche und entwickeln Lösungsoptionen, für die sie in einem zweiten Schritt den Nachweis der Vorteilhaftigkeit führen müssen. Aufgrund ihrer Kenntnisse zu Methoden und Instrumenten zu IT-Systemen in der Logistik und E-Logistik sind sie in der Lage Lösungen zur Unterstützung operativer und dispositiver Aufgaben der Logistik, insbesondere in Bezug auf integrative Lösungen, umzusetzen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien (Plenumsarbeit) • Präsentation und Diskussion von Fallstudienlösungen (Gruppenarbeit) • Selbststudium unter Zuhilfenahme eines Lerntagebuchs und des Videomaterials zur Veranstaltung <p>Eingesetzte Medien sind u. a. Beamer, Fallstudientexte, Inverted Classroom, Klausurbeispiele, Lernplattformen, Lesetexte, Tafel, Tageslichtprojektor, Übungsaufgaben, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden, 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Prüfungsvorleistungen (maximaler Anteil an der Modulnote jeweils 25%): • Fallstudienbearbeitung zu der Lehrveranstaltung. • Führen eines Lerntagebuchs zu der Lehrveranstaltung. • Prüfungsleistung in Form einer Klausur oder einer vergleichbaren schriftlichen Leistung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls oder alternativ zu einer Klausur eine vergleichbare schriftliche Leistung. Der Anteil dieser Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt mindestens 50%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der jeweiligen Prüfungsvorleistungen. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistung und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistungen. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Grundlegende Kenntnisse in Organisation und Management, Internationalem IT-Management, Kenntnisse über die Nutzung und den Nutzen digitaler Anwendungssysteme.</p> <p>Darüber hinaus sind Kenntnisse in Projektmanagement und Präsentationstechnik sowie Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten hilfreich.</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>

10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur <ul style="list-style-type: none">• Alicke, Knut: Planung und Betrieb von Logistiknetzwerken. 2. Aufl., Berlin – Heidelberg 2005.• Arnold, Dieter / Isermann, Heinz / Kuhn, Axel et. al.: Handbuch Logistik. 3. Aufl., Berlin – Heidelberg, 2008.• Corsten, Daniel / Gabriel, Christoph: Supply Chain Management erfolgreich umsetzen. 2. Aufl., Berlin – Heidelberg, 2004.• Hausladen, Iris: IT-gestützte Logistik. 3. Aufl., Wiesbaden 2016.• Kappauf, Jens / Koch, Matthias / Lauterbach, Bernd: Logistik mit SAP® 3. Aufl., Bonn 2015.• Krupp, Thomas / Paffrath, Rainer / Wolf, Johannes: Praxishandbuch IT-Systeme in der Logistik. Hamburg 2010.• Laudon, Kenneth / Laudon, Jane / Schoder, Detlef: Wirtschaftsinformatik. 3. Aufl., Halbergmoos 2016.• Leimeister, Jan Marco: Einführung in die Wirtschaftsinformatik. 12. Aufl., Berlin – Heidelberg 2015.• Pfohl, Hans-Christian: Logistiksysteme. 8. Aufl., Heidelberg et. al. 2010.

1	Modulname Operations Management
1.1	Modulkürzel 733 PL
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Produktion und Logistik“
1.3	Lehrveranstaltung Operations Management
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Wojanowski
1.6	Weitere Lehrende Dr. Bohnhoff, Dr. Bucerius
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Operations Management • Logistische Kennlinien und Grundlagen der Warteschlangentheorie • Logistische Grundgesetze • Prognose und Bestandsmanagement • Produktionsprogrammplanung • Produktionsbedarfsplanung • Ablaufplanung
3	Ziele <p>Kenntnisse: Ausgehend von der Vermittlung eines vertieften Verständnisses zu den grundlegenden Zusammenhängen der Produktionstheorie erarbeiten sich die Studierenden die Zusammenhänge der wichtigsten Logistikkennzahlen Bestand, Durchlaufzeit und Leistung. Dazu werden Ihnen die Konzepte der Betriebskennlinien und der Factory Dynamics vermittelt. Damit wird ein grundlegendes Verständnis für die Methoden des Lean Management erzeugt.</p> <p>Der Produktionsplanungsprozess von der Produktionsprogrammplanung bis zur taktischen Ablaufplanung wird vertieft. Dabei erfolgt die Vermittlung wichtiger Methoden zur Prognose, Bestandsmanagement, Nettobedarfsrechnung und Maschinenbelegung.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studenten sind in der Lage, Wertschöpfungsprozesse hinsichtlich der Kennzahlen Bestand, Durchlaufzeit und Leistung zu analysieren. Dazu stehen ihnen Kennzahlen und Methoden zur Auswahl, die eine logistikgerechte Bewertung des Unternehmens im eingeschwungenen Betriebspunkt ermöglicht. Die Studierenden</p>

	<p>beherrschen den Produktionsplanungsprozess im Unternehmen und wenden Methoden zur Prognose, Bestandsmanagement, Nettobedarfsrechnung und Maschinenbelegung sicher an.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden besitzen die Kompetenz der lösungsorientierten, ganzheitlichen Analyse realer Wertschöpfungsketten und erarbeiten für diese unter Zuhilfenahme geeigneter Methoden einen Lösungsvorschlag zur kontinuierlichen Optimierung.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Vorlesung mit Übungen</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Overhead-Projektor, Tafel</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 150 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung i.d.R. in Form einer Klausur über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlagen- und Vertiefungsmodule in Logistik auf Bachelor-Niveau</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Jeweils in neuester Ausgabe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hopp, W.; Spearman, M.: Factory Physics. • Thonemann, U.: Operations Management. • Heizer, J; Render, B.; Munson, C.: Operations Management. Sustainability and Supply Chain Management. • Jodlbauer: Produktionsoptimierung: Wertschaffende sowie kundenorientierte Planung und Steuerung. • Nyhuis, P.; Wiendahl, H-P.: Logistische Kennlinien. • Kummer, S.; Grün, O.; Jammernegg, W.: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik. <p>Weitere Literaturhinweise werden in der Lehrveranstaltung gegeben.</p>

1	Modulname Wertorientierte Unternehmensführung
1.1	Modulkürzel 731 MC
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Management und Controlling“
1.3	Lehrveranstaltung Wertorientierte Unternehmensführung
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Hensberg
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte wertorientierter Unternehmensführung • Value Controlling (z.B. EVA-Konzept, Balanced Scorecard) • Wertorientierte Vergütungssysteme • Kapitalmarkttheoretische Grundlagen (z.B. Capital Asset Pricing Model, Arbitrage Pricing Theory) • Kapitalmarktorientierte Unternehmensbewertung: Discounted-Cashflow-Verfahren (Entity-Ansätze, Equity-Ansatz), Realloptionsverfahren • Weitere Verfahren der Unternehmensbewertung (z.B. Ertragswertverfahren, Multiplikatorverfahren) • Risikocontrolling und Risikomanagement • Risikomesszahlen (z.B. Value-at-Risk, Earnings-at-Risk)
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... die Methodologie der wertorientierten Unternehmensführung zu erläutern • ... Instrumente des Value Controllings, des Risikomanagements und des Risikocontrollings aufzulisten und zu erklären • ... grundlegende Kapitalmarkttheorien zu verstehen • ... Unternehmensbewertungsverfahren zu erläutern und Gemeinsamkeiten und Unterschiede der verschiedenen Bewertungsverfahren herauszuarbeiten <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... Instrumente des Value Controllings, des Risikomanagements und des Risikocontrollings auf praktische Problem im Rahmen wertorientierter Unternehmensführung anzuwenden.

	<ul style="list-style-type: none"> • ... wertorientierte Vergütungssysteme zu analysieren, strukturieren und konzipieren. • ... Problemstellungen zu Kapitalmarkttheorien anhand von Beispielen zu lösen • ... die praktische Anwendbarkeit der einzelnen Unternehmensbewertungsverfahren situativ zu überprüfen. • ... eigenständig eine Unternehmensbewertung anhand von Fallbeispielen durchzuführen. <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage...</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... Konzepte der wertorientierten Unternehmensführung bezüglich ihre Anwendbarkeit auf praktische Fragestellungen zu beurteilen. • ... die Einsatzmöglichkeiten der Instrumente des Value Controllings, des Risikomanagements und des Risikocontrollings kritisch zu diskutieren. • ... die Ergebnisse von Unternehmensbewertungen kritisch zu hinterfragen. • ... Risikocontrolling-Systeme aufzubauen. • ... wertorientierte Vergütungssystem zu konzipieren.
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Vorlesung (V) mit integrierten Übungen (Ü) in Form von z.B. Praktikumsaufgaben, Übungsfällen und Excel-Anwendungen im Computerraum</p> <p>Eingesetzte Medien: Beamer, Tafel, Moodle, Gruppenarbeit, ggf. Computer-Labor</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points</p> <p>Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP)</p> <p>Präsenzzeiten: 64 Stunden</p> <p>Selbststudium: 118 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Form der Prüfungsleistung: i.d.R. schriftliche Klausurprüfung (Papierform oder elektronische Form; Bekanntgabe der genauen Form in der Veranstaltung). Andere Prüfungsformen (z.B. Hausarbeiten, Präsentationen), die in der Regel die schriftliche Klausurprüfung ergänzen, sind als Prüfungsleistung möglich. Prüfungsvorleistungen (z.B. Bearbeitung von Übungsaufgaben) – auch in Gruppenarbeit – sind ebenfalls möglich. Prüfungsvorleistungen können benotet oder unbenotet sein. Im Falle benoteter Prüfungsvorleistungen darf der Anteil an der Modulnote 30% nicht übersteigen. • Dauer: entsprechend § 12 ABPO • Inhalt: über den gesamten Lehrinhalt des Moduls • Zeitpunkt: im Prüfungszeitraum am Ende des Moduls • Wiederholungsmöglichkeit: im Folgesemester • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.
7	<p>Notwendige Kenntnisse</p> <p>Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse</p> <p>Strategisches Management, Human Resources Management</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots</p> <p>Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird jährlich angeboten.</p>

10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur <ul style="list-style-type: none">• Büschgen, H.E.: Internationales Finanzmanagement, Fritz-Knapp-Verlag.• Coenenberg, A.G., Salfeld, R.: Wertorientierte Unternehmensführung, Schäffer-Poeschel-Verlag.• Crouhy, M., Galai, D., Mark, R.: The Essentials of Risk Management, Mcgraw-Hill.• Kruschwitz, L., Loeffler, A.: Discounted Cash Flow A Theory of the Valuation of Firms, John Wiley & Sons.• Pape, U.: Wertorientierte Unternehmensführung und Controlling, Verlag Wissenschaft & Praxis.• Schierenbeck, H., Lister, M.: Value Controlling, Oldenbourg-Verlag.• Seppelfricke, P.: Handbuch Aktien- und Unternehmensbewertung, Schäffer-Poeschel-Verlag.• Shapiro, A.C.: Multinational Financial Management, Wiley.• Weber, J., Bramsemann, U., Heineke, C., Hirsch, B.: Wertorientierte Unternehmenssteuerung- Konzepte - Implementierung – Praxisstatements, Gabler-Verlag.• Young, S.D.: EVA and Value-Based Management, Mcgraw-Hill.

1	Modulname Advanced Managerial Accounting
1.1	Modulkürzel 732 MC
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Management und Controlling“
1.3	Lehrveranstaltung Advanced Managerial Accounting
1.4	Semester 2
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Hensberg
1.6	Weitere Lehrende Dr. Drosse
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	Inhalt <ul style="list-style-type: none"> • Traditionelle Budgetierung versus Better Budgeting / Beyond Budgeting • Zero Based Budgeting • Target Costing • Prozesskostenrechnung / Activity Based Costing / Activity Based Budgeting • Produkt-Lifecycle-Costing, Portfolioanalyse, Produktlebenszyklus, Erfahrungskurven • Working Capital Management • Prognosemethoden für Planung und Hochrechnung • Projektcontrolling • Verfahren zur Gemeinkostenreduktion • Fixkostenmanagement • Moderne Verfahren des Kostenmanagements
3	Ziele <p>Kenntnisse: Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • geeignete Verfahren der Budgetierung und des Kostenmanagements auswählen und kritisch hinterfragen • die traditionelle Budgetierung mit Better Budgeting und Beyond Budgeting gegenüberstellen. <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budgets- und Kostenpläne mit IT-Unterstützung (z.B. Excel) aufzustellen, zu optimieren und zu entwickeln • auf Basis von Marktpreisen angemessene Kosten zu planen, zu steuern und zu kontrollieren • Gemeinkosten prozessorientiert zu erfassen und zu verrechnen

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

- Coenenberg/Fischer/Günther: Kostenrechnung und Kostenanalyse, Schäffer-Poeschel.
- Däumler/Grabe: Kostenrechnung 3 – Plankostenrechnung und Kostenmanagement, NBW Verlag.
- Fischer, Thomas M. / Möller, Klaus / Schultze, Wolfgang: Controlling, Schäffer-Poeschel.
- Fiedler: Controlling von Projekten, Springer Vieweg.
- Graumann: Controlling, NWB.
- Heesen/Moser: Working Capital Management, Gabler.
- Kremin: Strategisches Kostenmanagement, Gabler.
- Prexl: Excel für BWLer, UTB.
- Remer: Einführen der Prozesskostenrechnung, Schäffer-Poeschel.
- Rieg: Planung und Budgetierung, Gabler.
- Rickards: Budgetplanung kompakt, Oldenbourg.
- Schels/Seidel: Excel im Controlling, Carl Hanser.
- Weber/Schäffer: Einführung in das Controlling, Schäffer-Poeschel.
- Weber/Linder: Neugestaltung der Budgetierung mit Better and Beyond Budgeting?, Wiley-VCH.
- Ziegenbein: Controlling, NWB.

1	Modulname Internationales Beteiligungs- und Konzerncontrolling
1.1	Modulkürzel 733 MC
1.2	Art Pflichtveranstaltung im Schwerpunkt „Management und Controlling“
1.3	Lehrveranstaltung Internationales Beteiligungs- und Konzerncontrolling
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Vieth
1.6	Weitere Lehrende N.N.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	<p>Inhalt</p> <p>In dieser Veranstaltung geht es darum, den Absolventinnen und Absolventen Herausforderungen und Potentiale bei der Gestaltung und Implementierung eines Internationalen Beteiligungs- und Konzerncontrolling-systems zu vermitteln. Die Veranstaltung orientiert sich an dem Lebenszyklus eines Unternehmens. Dazu werden die spezifischen Herausforderungen der Planung, Steuerung, Kontrolle und Koordination der betrieblichen Aktivitäten in den einzelnen Phasen des Lebenszyklus analysiert und Lösungsoptionen zur Bewältigung dieser Herausforderungen präsentiert.</p> <p>Die Absolventinnen und Absolventen haben die Möglichkeit, ihre Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen aus Veranstaltungen der internen und externen Rechnungslegung, des Controlling und des internationalen Managements auf deren Eignung für die Controlling-Spezifika internationaler Konzerne und Beteiligungsgesellschaften hin zu prüfen. Ausgehend von einer Unternehmensgründung mit einem eigens dafür erstellten Geschäftsplan wird die Entwicklung dieses Unternehmens bis zu einem Konzern dargestellt. Sowohl in Vorbereitung auf die jeweils nächste Entwicklungsstufe des Unternehmens als auch innerhalb der verschiedenen Entwicklungsstufen des Unternehmens werden spezifische Problemstellungen diskutiert, zu deren Lösung die Controllingfunktion einen wichtigen Beitrag leisten kann. Im Fokus stehen dabei die Gründung eines Unternehmens, die Akquisition in neue Unternehmensbeteiligungen und die Desinvestition in bereits bestehende Unternehmensbeteiligungen, die Gestaltung von Planungs- und Kontrollprozessen einer Vielzahl an internationalen Beteiligungsgesellschaften sowie die Steuerung des Verhaltens des verantwortlichen Managements dieser Beteiligungsgesellschaften. Zu einzelnen Fragestellungen stellen wir die Möglichkeiten der Digitalisierung von Planungs-, Steuerungs-, Kontroll- und Koordinationsfunktionen vor.</p> <p>In dieser Veranstaltung werden im Einzelnen die nachfolgenden Inhalte bearbeitet, die jedoch immer wieder um neue theoretische und praktische Überlegungen zum internationalen Beteiligungs- und Konzerncontrolling ergänzt werden.</p>

- Einführung
 - Unternehmenslebenszyklus
 - Unternehmensgründung und Geschäftsplan
 - Aufgaben des Controllings
 - Unterschiede zwischen Konzern- und Beteiligungscontrolling
 - Organisation des Controllings
 - Organisches vs. generisches Unternehmenswachstum

- Akquisition und Desinvestition
 - Beteiligungsbegriff
 - Arten der Beteiligung
 - Spezifika des Konzerns und der Holding
 - Vorbereitung und Umsetzung der Investition
 - Vorbereitung und Umsetzung der Desinvestition

- Führung von Beteiligungs- und Konzerngesellschaften
 - Methodenbaukasten an Führungsinstrumenten
 - Planungs- und Kontrollaufgaben
 - Planungsprozesse
 - Planungsinstrumente
 - Kontrollprozesse
 - Konzernabschluss
 - Planung und Kontrolle in verschiedenen Funktionsbereichen
 - Steuerungsaufgaben
 - Steuerungsprozesse
 - Lenkungs- und Verrechnungspreise
 - Steuerung mittels Kennzahlensystemen
 - Balanced Scorecard
 - Ergebnisüberleitung
 - Berichterstattungsprozesse
 - Dokumentation

3 Ziele

Kenntnisse:

Die Absolventinnen und Absolventen können die verschiedenen Aufgaben des Controllings in den unterschiedlichen Lebensphasen eines Betriebes benennen. Sie sind in der Lage, geeignete Methoden und Instrumente des Controllings aufzuzählen und Inhalte sowie Vorgehensweisen dieser Methoden zu skizzieren. Sie haben ein grundsätzliches Verständnis von den Elementen eines Controllingsystems und der Spezifika eines Controllingsystems für Beteiligungs- und Konzerngesellschaften entwickelt. Im Rahmen einer generischen Wachstumsstrategie eines Unternehmens sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, den Akquisitionsprozess zu beschreiben und verschiedene Beteiligungsverhältnisse zu beschreiben. Sie können die Herausforderungen von Beteiligungen für das Management von Unternehmen aufzählen und kennen sich mit den geeigneten Strategien und operativen Maßnahmen zur Bewältigung dieser Herausforderungen aus.

Fertigkeiten:

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die einzelnen Entwicklungsphasen eines Unternehmens zu analysieren, um Herausforderungen in Verbindung mit internationalen Gesellschaftsstrukturen zu identifizieren und geeignete Maßnahmen zur Planung, Steuerung, Kontrolle und Koordination zu identifizieren. Neben der Begleitung von Akquisitions- und Desinvestitionsprozessen in Unternehmen, können die Absolventinnen und Absolventen zweckorientiert Controllinginstrumente anwenden.

	<p>Kompetenzen: Auf der Grundlage eines selbst gegründeten Unternehmens haben die Absolventinnen und Absolventen die Chance, sich an Überlegungen zur Gestaltung der richtigen Akquisitions- und Desinvestitionsprozesse zu beteiligen. Sie stellen strategische Überlegungen zur optimalen Beteiligungsform von Gesellschaften an. Sie versuchen sich an geeigneten Controllingsystemen zur Planung, Steuerung, Kontrolle und Koordination der Handlungen des Managements internationaler Beteiligungsgesellschaften. Darüber hinaus gehen sie kritisch mit Fragen der Effektivität und Effizienz dieser Controllingsysteme um. Sie sind in der Lage, Instrumente des Controllings mit denen des Finanzmanagements zu verknüpfen, um den Besonderheiten des Controllings in internationalen Konzernen gerecht zu werden. Sie können komplexe Sachverhalte im Bereich Merger & Acquisition analysieren und praktische Fragestellungen selbstständig beurteilen und bearbeiten. Die Absolventinnen und Absolventen werden befähigt, Fragestellungen der Planung und Kontrolle in internationalen Konzernen einzuordnen und praktische Lösungen vorzuschlagen und zu implementieren.</p>
<p>4</p>	<p>Lehr- und Lernformen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien (Plenumsarbeit) • Präsentation und Diskussion von Fallstudienlösungen (Gruppenarbeit) • Selbststudium unter Zuhilfenahme eines Lerntagebuchs und des Videomaterials zur Veranstaltung <p>Eingesetzte Medien sind u. a. Beamer, Fallstudientexte, Inverted Classroom, Klausurbeispiele, Lernplattformen, Lesetexte, Tafel, Tageslichtprojektor, Übungsaufgaben, Videoaufzeichnungen, Vorlesungsskript</p>
<p>5</p>	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden, 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
<p>6</p>	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mögliche Prüfungsvorleistungen (maximaler Anteil an der Modulnote jeweils 25%): • Klausur zu Fragestellungen aus dem Externen Rechnungswesen, Internen Rechnungswesen sowie Controlling, um die Eingangsqualifikationen der Absolventinnen und Absolventen zu erheben. • Fallstudienbearbeitung zu der Lehrveranstaltung. • Führens eines Lerntagebuchs zu der Lehrveranstaltung. • Prüfungsleistung in Form einer Klausur oder einer vergleichbaren schriftlichen Leistung über den gesamten Lehrinhalt des Moduls am Ende des Moduls oder alternativ zu einer Klausur eine vergleichbare schriftliche Leistung. Der Anteil dieser Prüfungsleistung an der Modulnote beträgt mindestens 50%. Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der jeweiligen Prüfungsvorleistungen. • Prüfungsdauer: Gemäß §12 ABPO • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsvorleistungen und Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist das Bestehen der Prüfungsvorleistungen. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben.
<p>7</p>	<p>Notwendige Kenntnisse</p>
<p>8</p>	<p>Empfohlene Kenntnisse Grundlegende Kenntnisse zu Organisation und Management, Externes Rechnungswesen, Internes Rechnungswesen, Controlling, zur Unternehmensgründung, zum Internationalen Management sowie zu Organisation und Management werden empfohlen. Darüber hinaus sind Kenntnisse in Projektmanagement und Prä-</p>

	sentationstechnik sowie Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten hilfreich.
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Behringer, Stefan: Konzerncontrolling. 2. Aufl. Heidelberg 2014. • Burger, Anton / Ulbrich, Philipp / Ahlmeyer, Niels: Beteiligungscontrolling. 2. Aufl. München 2010. • Coenenberg, Adolf / Haller, Axel / Schultze, Wolfgang: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse. 22. Aufl., Stuttgart 2012. • Ewert, Ralf / Wagenhofer, Alfred: Interne Unternehmensrechnung. 8. Aufl., Berlin – Heidelberg 2014. • Horváth, Péter (Hrsg.): Erfolgreiche Steuerungs- und Reportingsysteme in verbundenen Unternehmen. Stuttgart 2009. • Jung, Hans: Controlling. 4. Aufl., München 2014. • Kossbiel, Hugo: Personalwirtschaft. In: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Band 3: Leistungsprozess, hrsg. von Franz Xaver Bea, Erwin Dichtl, Marcell Schweitzer. 4. Aufl., Stuttgart 1990. • Kreikebaum, Hartmut / Gilbert, Dirk Ulrich / Reinhardt, Glenn: Organisationsmanagement internationaler Unternehmen. Wiesbaden 2002. • Kremer, Peter: Konzerncontrolling. Berlin 2008. • Preißner, Andreas: Praxiswissen Controlling. 6. Aufl., München 2010. • Vogel, Dieter: M&A – Ideal und Wirklichkeit. Wiesbaden 2002. • Weber, Jürgen / Schäffer, Utz. Einführung in das Controlling. Stuttgart 2011. • Wöhe, Günter / Döring, Ulrich: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. 25. Aufl. München 2013.

1	Modulname Vernetztes Denken im Unternehmen
1.1	Modulkürzel 734
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Vernetztes Denken im Unternehmen
1.4	Semester 3
1.5	Modulverantwortliche(r) Bopp
1.6	Weitere Lehrende Dr. Wiese, Düprä, Hesse
1.7	Studiengangniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch
2	<p>Inhalt</p> <p>In einem betriebswirtschaftlichen (Unternehmens-)Planspiel werden managementbezogene Entscheidungen von den Studierenden unter Wettbewerbsbedingungen und damit unter Unsicherheit abverlangt, die Rückgriff auf das erworbene Fachwissen und die Koordinierung der betrieblichen Funktionsbereiche erfordern. Die Managementsimulation erstreckt sich über mehrere Perioden, beinhaltet die Analyse zentraler betriebswirtschaftlicher Kennzahlen, die Berücksichtigung gesamtwirtschaftlicher Rahmendaten (Konjunktur, Zins, Löhne ...) und zwingt zu einer strategischen und vernetzten Denkweise. In Präsentationen werden strategische und operative Situationen, Ziele und positive sowie negative Ergebnisse analytisch aufbereitet, vorgetragen und schriftlich dargestellt. Dabei wird besonderer Wert auf die Verwendung allgemeiner Analyse- und Darstellungsmethoden (Methodenkompetenz) gelegt. Parallel zu den einzelnen Spielperioden werden – anhand der von den Teilnehmern erzielten Simulationsergebnissen – die Kenntnisse der betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen strategische Unternehmensführung, Controlling, Internen und Externer Rechnungslegung, Produktionswesen, Logistik sowie Marketing vertieft.</p> <p>Die Lehrveranstaltung wird durch einleitende und begleitende Lehrgespräche vervollständigt.</p>
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse:</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse aus den Fachvorlesungen zu aktivieren und in einen unternehmerischen Zusammenhang über alle betrieblichen Funktionsbereiche zu bringen. Die dabei vorgefundene Komplexität ist eine neue unbekannte, jedoch zentrale Erkenntnis, die in den Fachvorlesungen in dieser ganzheitlichen Form nicht vorgefunden bzw. vermittelt werden kann. Sie können die Inputdaten ökonomisch bewerten und ihr Potential für eine Optimierung des jeweiligen Geschäftsprozesses beurteilen. Dabei lernen sie, wie bei Auftreten akuter Ereignisse reagiert werden muss, um das Endergebnis nicht zu</p>

	<p>gefährden.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, aus den Daten des in- und externen Rechnungswesens eines börsennotierten Unternehmens die wesentlichen Kennzahlen zur Unternehmenssteuerung und -planung zu entnehmen und diese handlungsorientiert, fallbezogen zu interpretieren. Damit verbunden erkennen die Studierenden anhand konkreter Situationen die Notwendigkeit, Kenntnisse und Methoden aus den verschiedenen Funktionsbereichen situationsgerecht zu spiegeln und zu integrieren.</p> <p>Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, komplexe Unternehmens- und Wettbewerbssituationen zu analysieren und strategische Konzeptionen zur Marktbearbeitung zu verstehen und eigenständig zu entwickeln. Ebenso erkennen sie die Vorteile und Notwendigkeiten einer arbeitsteiligen Vorgehensweise in der Gruppe und können die Effizienz der Teamarbeit anschließend beurteilen.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen Seminaristische Vorlesung (V), Planspiel in Gruppenarbeit, Übungen (Ü), Präsentationen (P) und eine Hausarbeit. Eingesetzte Medien: Whiteboard, Beamer, Rechner (PC-Labor). Die Lehr-, Übungs- und Ergebnisdokumente werden in einer elektronischen Lernplattform (z.B. Moodle) bereitgestellt bzw. ausgetauscht.</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in Form einer Präsentation („Pressekonzferenz“, Dauer: 10 min je Gruppe) über den Unternehmensansatz (Analyse, Strategien und Auftritt im Bezug zu den Stakeholdern eines fiktiven Unternehmens). (20 % der Gesamtleistungspunkte) • Prüfungsleistung in Form einer Präsentation („Hauptversammlung“, Dauer: 30 min je Gruppe) über den Periodenverlauf (6 - 8 Geschäftsjahre) des fiktiven Unternehmens. (40 % der Gesamtleistungspunkte) • Prüfungsleistung in Form der Ergebnisse des Planspiels je Gruppe (= 40% der Gesamtleistungspunkte). Die Bewertung erfolgt nach ausgewählten Kennzahlen, die den Studierenden jeweils bekannt sind. • Hausarbeit – Auf ca. 10 – 15 Seiten wird nach wissenschaftlichen Kriterien ein begrenztes Thema zu betriebswirtschaftlichen Kennzahlen bearbeitet. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. • Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfungsleistung ist die Anwesenheit während der Präsenzzeiten (Eintrag in Unterschriftenliste, max. 2 Fehltag) und die persönliche Präsentation bei der „Hauptversammlung“.
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Das Modul verbindet vielfältige Fach- und Medienkompetenzen, die Gegenstand des Studienverlaufes sind. Daher ist der Besuch der vorangegangenen Module dringend empfohlen.</p>

9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird jedes Semester angeboten.
10	Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual
11	Literatur Teilnehmerunterlagen zum Planspiel (Handbuch, Hilfstabellen etc.) Weitere Literatur wird im Zuge der Veranstaltung bekanntgegeben.

1	Modulname Wahlpflichtmodul 2
1.1	Modulkürzel 741
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wahlpflichtfach
1.4	Semester 7
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Die entsprechenden Modulbeschreibungen werden zu Beginn jedes Semesters veröffentlicht.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Als Wahlpflichtmodule können neben dem Angebot des Fachbereichs Wirtschaft folgende weitere Module gewählt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Module aus dem Sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium • Module aus dem Angebot des Sprachenzentrums • Ausgewählte Module ausländischer Hochschulen • Pflichtveranstaltungen anderer Schwerpunkte im Masterstudiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre • Studium Generale: Andere Module in Masterstudiengängen der Hochschule Darmstadt mit inhaltlicher Ausrichtung außerhalb des eigenen Fachbereichs
3	Ziele Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
4	Lehr- und Lernformen Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden

6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
7	Notwendige Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
8	Empfohlene Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
10	Verwendbarkeit des Moduls Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
11	Literatur Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.

1	Modulname Wahlpflichtmodul 3
1.1	Modulkürzel 742
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wahlpflichtfach
1.4	Semester 7
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Die entsprechenden Modulbeschreibungen werden zu Beginn jedes Semesters veröffentlicht.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Als Wahlpflichtmodule können neben dem Angebot des Fachbereichs Wirtschaft folgende weitere Module gewählt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Module aus dem Sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium • Module aus dem Angebot des Sprachenzentrums • Ausgewählte Module ausländischer Hochschulen • Pflichtveranstaltungen anderer Schwerpunkte im Masterstudiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre • Studium Generale: Andere Module in Masterstudiengängen der Hochschule Darmstadt mit inhaltlicher Ausrichtung außerhalb des eigenen Fachbereichs
3	Ziele Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
4	Lehr- und Lernformen Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden

6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
7	Notwendige Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
8	Empfohlene Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
10	Verwendbarkeit des Moduls Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
11	Literatur Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.

1	Modulname Wahlpflichtmodul 4
1.1	Modulkürzel 743
1.2	Art Wahlpflicht
1.3	Lehrveranstaltung Wahlpflichtfach
1.4	Semester 7
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Die entsprechenden Modulbeschreibungen werden zu Beginn jedes Semesters veröffentlicht.
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder Englisch
2	Inhalt Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen. Als Wahlpflichtmodule können neben dem Angebot des Fachbereichs Wirtschaft folgende weitere Module gewählt werden: <ul style="list-style-type: none"> • Module aus dem Sozial- und kulturwissenschaftlichen Begleitstudium • Module aus dem Angebot des Sprachenzentrums • Ausgewählte Module ausländischer Hochschulen • Pflichtveranstaltungen anderer Schwerpunkte im Masterstudiengang Internationale Betriebswirtschaftslehre • Studium Generale: Andere Module in Masterstudiengängen der Hochschule Darmstadt mit inhaltlicher Ausrichtung außerhalb des eigenen Fachbereichs
3	Ziele Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
4	Lehr- und Lernformen Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
5	Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 6 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 86 Stunden

6	Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
7	Notwendige Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
8	Empfohlene Kenntnisse Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
9	Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
10	Verwendbarkeit des Moduls Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.
11	Literatur Siehe gesonderte Modulbeschreibungen zu den Wahlpflichtmodulen.

1	Modulname Exkursion/Summer School
1.1	Modulkürzel 744
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Exkursion/Summer School
1.4	Semester 4
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Schellhase
1.6	Weitere Lehrende
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch, Englisch oder sonstige Fremdsprache
2	<p>Inhalt</p> <p>Die Studierenden nehmen an einer ca. zehntägigen Auslandsexkursion und einem Begleitseminar teil. Während der Exkursion werden Unternehmen und Organisationen/Verbände besucht, im Begleitseminar werden diese Besuche inhaltlich vorbereitet, außerdem werden landeskundliche und wirtschaftsbezogene Informationen vermittelt.</p> <p>Alternativ: Die Studierenden nehmen an einer internationalen Summer School im Ausland teil.</p>
3	<p>Ziele</p> <p>Kenntnisse: Die Studierenden lernen eine andere Kultur, einen fremden Wirtschaftsraum und exemplarische einige in diesem Wirtschaftsraum arbeitende Unternehmen/Institutionen kennen.</p> <p>Fertigkeiten: Die Studierenden können die im bisherigen Studienverlauf gelernten theoretischen Zusammenhänge auf den fremden Wirtschaftsraum übertragen. Sie setzen sich kritisch mit den eigenen beruflichen Aufgaben und dem eigenen Berufsfeld im internationalen Kontext auseinander und können die eigene Tätigkeit im internationalen Kontext einordnen und reflektieren.</p> <p>Alternativ: Siehe Beschreibung der gewählten internationalen Summer School.</p>
4	<p>Lehr- und Lernformen</p> <p>Verschieden. Alternativ: Siehe Beschreibung der gewählten internationalen Summer School.</p>

5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 180 Stunden für 5 Credit Points (CP) Präsenzzeiten: 64 Stunden Selbststudium: 116 Stunden</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsleistung in der Regel in Form einer Hausarbeit am Ende des Moduls. • Prüfungsvorleistung: Teilnahme am Begleitseminar und Exkursion • Die Prüfungsleistung der Hausarbeit kann als Gruppenleistung erfolgen. • Die genaue Form der Prüfungsleistung wird am Anfang des Moduls bekannt gegeben. • Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistungen bestehen im Folgesemester. <p>Alternativ: Teilnahme an Summer School im Ausland und Erbringung der dort vorgesehenen Prüfungsleistung.</p>
7	<p>Notwendige Kenntnisse Keine</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Betriebswirtschaftliche Grundlagenmodule</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester mit 4 SWS und wird einmal pro Jahr angeboten</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Die relevante Literatur wird zu Beginn des Begleitseminars bekanntgegeben.</p>

1	Modulname Mastermodul
1.1	Modulkürzel 751
1.2	Art Pflicht
1.3	Lehrveranstaltung Mastermodul
1.4	Semester 4
1.5	Modulverantwortliche(r) Dr. Engelstätter
1.6	Weitere Lehrende Alle Lehrenden am Fachbereich Wirtschaft
1.7	Studiengangsniveau Master
1.8	Lehrsprache Deutsch oder englisch
2	Inhalt Das Mastermodul besteht aus einer Masterarbeit (Master-Thesis) und einem Kolloquium. Es beinhaltet die selbständige Anfertigung einer Ausarbeitung über ein festgelegtes Thema nach wissenschaftlichen Methoden und deren Präsentation.
3	Ziele Kenntnisse: Die Studierenden sind in der Lage, die Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten zu erläutern und Herausforderungen (z.B. Literaturrecherche und Quellenverwaltung, Einhaltung formaler Anforderungen, Strukturierung von Themen, verständliches, ausgewogenes und fehlerfreies Formulieren) sowie effiziente Lösungsmöglichkeiten hierbei zu beschreiben. Fertigkeiten: Die Studierenden sind in der Lage, ein Problem aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften selbstständig und praxisorientiert nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, indem spezifische Wissensgebiete im Rahmen des Themas verknüpft, vertieft und dargestellt werden. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, die aus der Erstellung der Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse verständlich und zielgruppenorientiert zu präsentieren. Hierfür sind sie in der Lage, auf Basis einer Problemstellung eine Zielsetzung der Arbeit zu entwickeln und durch Anwendung wissenschaftlicher Methoden ein verständliches, ausgewogenes und fehlerfreies Ergebnis zu erarbeiten, das zu einem Erkenntnisgewinn führt. Kompetenzen: Die Studierenden sind in der Lage, die im Rahmen der Erstellung der Masterarbeit gewonnenen Erkenntnisse zu bewerten und Schlussfolgerungen hieraus zu ziehen.

4	<p>Lehr- und Lernformen Abschlussarbeit</p> <p>Eingesetzte Medien: Kommunikationsmedien (u.a. Email), Präsentationsmedien für die Präsentation der durchgeführten Tätigkeiten (u.a. Beamer, Whiteboard, Flipchart, Smartboard, Metaplan)</p>
5	<p>Arbeitsaufwand und Credit Points Gesamtarbeitsaufwand von 720 Stunden für 24 Credit Points (CP)</p>
6	<p>Prüfungsform, Prüfungsdauer und Prüfungsvoraussetzung Prüfungsleistung in Form der Masterarbeit und des Kolloquiums. Wiederholungsmöglichkeiten für die Prüfungsleistung bestehen im Folgesemester. Voraussetzung für die Teilnahme am Modul und an der Prüfungsleistung ergeben sich aus § 12 Abs. 4 BBPO.</p>
7	<p>Notwendige Kenntnisse Voraussetzung für die Teilnahme am Modul und an der Prüfungsleistung ergeben sich aus § 12 Abs. 4 BBPO.</p>
8	<p>Empfohlene Kenntnisse Abhängig von der Zielsetzung der Masterarbeit</p>
9	<p>Dauer, zeitliche Gliederung und Häufigkeit des Angebots Das Modul umfasst ein Semester und wird einmal pro Semester angeboten.</p>
10	<p>Verwendbarkeit des Moduls Internationale Betriebswirtschaftslehre (M.Sc.), dual</p>
11	<p>Literatur Abhängig von der Zielsetzung der Masterarbeit</p>