

Modulhandbuch „International Management“

Stand ab SoSe 2025

Studienverlaufsplan

Studienverlaufsplan für Studierende, die zum **Wintersemester** ihr Studium starten:

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Institutionenökonomik (5 ECTS)	International Controlling & Finance* (5 ECTS)	Auslandsstudien-semester oder Auslandspraktikum (30 ECTS)	Masterarbeit & Kolloquium (30 ECTS)
International Marketing Management* (5 ECTS)	Internationales Personalmanagement (5 ECTS)		
International Production & Logistics Management* (5 ECTS)	Recht der Unternehmensführung (5 ECTS)		
Leadership in an international context* (5 ECTS)	Strategic Management* (5 ECTS)		
Research Methods* (5 ECTS)	Sustainable Economics* (5 ECTS)		
Wahlpflichtfach 1 (5 ECTS)	Wahlpflichtfach 2 (5 ECTS)		

*in englischer Sprache

Studienverlaufsplan für Studierende, die zum **Sommersemester** ihr Studium starten:

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
International Controlling & Finance* (5 ECTS)	Institutionenökonomik (5 ECTS)	Auslandsstudien-semester oder Auslandspraktikum (30 ECTS)	Masterarbeit & Kolloquium (30 ECTS)
Internationales Personalmanagement (5 ECTS)	International Marketing Management* (5 ECTS)		
Recht der Unternehmensführung (5 ECTS)	International Production & Logistics Management* (5 ECTS)		
Strategic Management* (5 ECTS)	Leadership in an international context* (5 ECTS)		
Sustainable Economics* (5 ECTS)	Research Methods* (5 ECTS)		
Wahlpflichtfach 2 (5 ECTS)	Wahlpflichtfach 1 (5 ECTS)		

*in englischer Sprache

Wahlpflichtmodule

Die Studierenden können eine der folgenden Vertiefungen wählen:

- Marketing & Sales (MS)
- Human Resource Management (HR)

Jedes Wahlpflichtmodul ist einer Vertiefung zugeordnet. Im Abschlusszeugnis wird eine Vertiefung bescheinigt, wenn beide Wahlpflichtmodule in derselben Vertiefungsrichtung belegt wurden. Zur Auswahl stehen folgende Wahlpflichtmodule:

Modul (<i>jeweils 5 ECTS</i>)	Vertiefung	Sem.
Business Case Studies*	MS	SoSe
International Sales Management**	MS	WiSe
Projekt Marketingforschung	MS	WiSe
HR-Prozessmanagement	HR	WiSe
Transformation und Change Management	HR	SoSe
Vergleichendes Arbeitsrecht	HR	SoSe
Deutsch als Fremdsprache***	-----	WiSe und SoSe

*in deutscher und englischer Sprache

**in englischer Sprache

***kann nur von internationalen Gaststudierenden belegt werden

Pflichtmodule Wintersemester

Modul 1: Institutionenökonomik				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Institutionenökonomik			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Bedeutung der Gestaltung von Regeln zur Organisation sozialer Beziehungen erläutern, alternative institutionelle Arrangements analysieren und hieraus wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen ableiten • Die Bedeutung von Institutionen im internationalen Kontext und für spezifische Aspekte des International Management (z.B. Principal-Agent-Theorie) erklären • Einzelwirtschaftliches und vor allem wirtschaftspolitisches Handeln aus institutionenökonomischer Sicht erläutern und dieses Wissen in zukünftigen Arbeitskontexten bei der Führung von international tätigen Unternehmen anwenden <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Property-Rights-Theorie, Transaktionskostentheorie und Principal-Agent-Theorie • Problematik sozialer Dilemmata • Anwendung institutionenökonomischer Theorien auf volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Organisationsprobleme • Institutionenentstehung im internationalen Kontext am Beispiel der Handelspolitik sowie der internationalen Klimapolitik, globale öffentliche Güter und Clubgüter 			
4	<p>Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut, Übungen sind integriert.</p>			
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse der Mikroökonomie werden empfohlen.</p>			

6	Prüfungsformen Klausur (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$
9	<u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Michael Häder</u>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Göbel, E., Neue Institutionenökonomik, Grundlagen, Ansätze und Kritik Stuttgart 2021 <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Douma, S./Schreuder, H. : Economic Approaches to Organizations, 6th ed., Harlow 2017. • Erlei, M., Leschke, M., Sauerland, D., Institutionenökonomik, 3. Aufl., Stuttgart 2016.. • Neus, W., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 10.Aufl., Tübingen 2018. • Nordhaus, William D. (2015): Climate Clubs – Overcoming Free Riding in International Climate Policy, American Economic Review 105(4), pp. 1339 - 1370 • Schäfer, Hans-Bernd/Ott, Claus: Lehrbuch der ökonomischen Analyse des Zivilrechts, 6.Aufl., Berlin, Heidelberg 2020. • Sturm, Bodo/ Vogt, Carla. J. (2018): Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung, 2. Aufl., Heidelberg et al. <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Modul 2: International Marketing Management				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen International Marketing Management			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <p>Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzepte und Maßnahmen des internationalen Marketings auf der Basis wissenschaftstheoretischer Ansätze kritisch hinterfragen • Das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung bei der Entwicklung von Marketingkonzepten umsetzen • Chancen und Risiken auf internationalen Absatzmärkten erkennen und diese für ein erfolgreiches Auslandsengagement nutzen • Auf Erkenntnisse internationaler Marktforschungsstudien aufbauen und eigenständig länderübergreifende Marktforschung konzipieren • Das Marketing international operierender Unternehmen im Hinblick auf Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung analysieren und eine Marketing-Konzeption mit länderübergreifender Differenzierung wie auch Standardisierung erarbeiten • Internationales Beschaffungsmarketing in weltweiten B2B-Beziehungen verstehen sowie entsprechende strategische und operative Marketingaktivitäten konzipieren <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 			
	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Social Responsibility, Shared Value Konzepte sowie Nachhaltigkeit als Leitbild im internationalen Marketing • Besonderheiten internationaler Unternehmungen • Strategisches Marketing-Management und operative Umsetzung im internationalen Kontext • Internationalisierung des Konsumverhaltens • Länderübergreifende Marktforschung • Industrielles Kaufverhalten und Industriemarktforschung • Internationale Marketingaktivitäten im B-to-B-Geschäft • Kommunikation im Industriegüterbereich 			

4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut, zentral ist die Bearbeitung von Fallstudien.
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Marketing werden erwartet.
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min., schriftliche Form, in der Hochschule)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Christina Riegermann</u>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bauer, E.: Internationale Marketingforschung, Informationsgewinnung für das internationale Marketing, München, neueste Auflage • Berndt, R./Altobelli, C.F./Sander, M.: Internationales Marketing-Management, , Berlin, neueste Auflage <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keegan, J./ Green, M.: Global Marketing Management, International edition, New Jersey, Boston Mass., neueste Auflage • Roemer, Ellen: Internationales Marketing-Management, Stuttgart, neueste Auflage <p>Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Modul 7: International Production and Logistics Management				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h	5	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen International Production and Logistics Management			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den Zusammenhang von Produktion, Logistik, Supply Chain Management und den quantitativen Methoden des Operations Management erläutern • Grundlegende Konzepte zur Reduzierung und Bewältigung logistischer Komplexität, die Potenziale des informationstechnischen Integrationsmanagements, des Product Lifecycle Managements und des Geschäftsprozessmanagements zur Steigerung der Supply-Chain-Performance und zur Bewältigung der besonderen Herausforderungen bei internationalen Lieferketten erklären • Die strategische Positionierung in komplexen globalen Lieferketten auf der Grundlage theoretischer Erklärungsansätze kritisch analysieren • Planungsprobleme in der Produktion und der Supply Chain analysieren, strukturieren und modellieren sowie diese mit adäquaten Methoden lösen <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Produktions- und Supply Chain Management • Gestaltungsansätze aus dem Bereich Lean Production • Globale Produktionsnetzwerke/ Koordination in der Logistikkette • Risikomanagement und Risiko-Vermeidungsstrategien • Nachhaltigkeit und die Supply Chain 			
4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine			
6	Prüfungsformen Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation (30 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			

8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3
9	<u>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</u> <u>Prof. Dr. Andreas Merchiers</u>
10	Sonstige Informationen Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Vahrenkamp, Richard: Produktionsmanagement, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH• Schuh, Stich: Logistikmanagement: Handbuch Produktion und Management, VDI-Springer Empfohlene Literatur <ul style="list-style-type: none">• Kummer, Grün, Jammernegg: Grundzüge der Beschaffung, Produktion und Logistik, Pearson Verlag• Nyhuis, Wiendahl: Logistische Kennlinien – Grundlagen, Werkzeuge und Anwendungen, VDI-Springer Verlag• Womack, Jones: The Machine That Changed the World, Free Press Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 3: Leadership in an international context				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h	5	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Leadership in an international context			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die Relevanz von guter Führung im interkulturellen Kontext beschreiben und einschätzen • Sich kritisch mit Führungstheorien auseinandersetzen, die Entwicklung eines persönlichen Führungsprofils reflektieren und die eigene Führungskompetenz ausbauen • In zukünftigen Arbeitskontexten die im Modul erworbenen Kompetenzen zur Führung interkultureller Teams zielführend einsetzen Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Ethische Fragestellungen in unternehmerisches Handeln einbeziehen • Eigene Kompetenzen reflektieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen, Problemstellungen und Lösungsansätze austauschen und eigene, situationsgerechte Lösungen entwickeln 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Führungstheorien in der Literatur • Ethische Grundlagen guter Führung: Werte und Einstellung des Managements • Ebenen von Führung: Leitlinien, Aufgaben und Instrumente guter Führung • Moderne Managementkonzepte vor dem Hintergrund guter Führung • Fallbeispiele guter Führung 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und beinhalten das Bearbeiten von Fallstudien.			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			
6	Prüfungsformen Open-Book-Prüfung (120 Min.) und Präsentation			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3			

9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Heinz Siebenbrock</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siebenbrock, Heinz, Fair Management, How to Stop Ruling and Start Leading, Tectum 2021 (deutsch: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch? Eine Anleitung zum fairen Management, 2. Aufl., Tectum 2021) • Malik, Fredmund: Managing, Performing, Living. Effective Management for a New Era, 2. Edition, Campus Verlag 2015 (deutsch: Führen, Leisten, Leben: Wirksames Management für eine neue Zeit, Deutsche Verlags-Anstalt 2000) <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Carney, Brian M. & Isaac Getz: Freedom, Inc. How Corporate Liberation Unleashes Employee Potential and Business Performance, Crown Business 2009 • Grant, Adam: Give and take : A Revolutionary Approach to Success. Viking 2013 • Greenleaf, Robert: Servant Leadership, A Journey into the Nature of Legitimate Power & Greatness, Paulist Press 1977 (25th anniversary ed. 2002) • Laloux, Frederick: Reinventing Organizations : A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage in Human Consciousness, Nelson Parker 2014 • Leonard, Kelly & Tom Yorton, Yes, And. How Improvisation Reverses “No, But” Thinking and Improves Creativity and Collaboration, Harper Business 2015 • Marcum, David & Steven Smith: Egonomics. What makes EGO our greatest Asset, Fireside 2007 • Mintzberg, Henry, Manager not MBAs, Berrett-Koehler Publishers 2005 • Raworth, Kate: Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st-Century Economist, Random House Business 2017 • Scharmer, C. Otto: The Essentials of Theory U, Berrett-Koehler Publishers 2018 • Semler, Ricardo: Maverick!, Grand Central Publishing; Reprint Edition 1995 • Siebenbrock, Heinz & Beate Mödler, Michael Schürkamp, Jan Siebenbrock, Johanna Wiesen: Führen Sie schon oder herrschen Sie noch? Faires Management – Der Methodenband, Tectum 2016 • Sinek, Simon: Leaders Eat Last, Portfolio 2014 • Sprenger, Reinhard K.: Trust. The Best Way to Manage, Campus Verlag 2007 (German: Vertrauen führt: Worauf es im Unternehmen wirklich ankommt, 3. Aufl., Campus Verlag 2007) • Tan, Chade Meng: Search Inside Yourself : The Unexpected Path to Achieving Success, Happiness (and World Peace), HarperOne; Repr. Edition 2014

Modul 4: Research Methods				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Research Methods			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Die ethischen und methodischen Anforderungen im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens erklären • Forschungsfragen des International Management präzise formulieren • Eine geeignete Forschungsmethode wählen und diese nach wissenschaftlichen Standards durchführen • Wissenschaftliche Daten aufbereiten, analysieren und korrekt interpretieren Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein frei gewähltes Fachthema recherchieren, auch mit Hilfe von spezialisierten wissenschaftlichen Datenbanken • Die Zuverlässigkeit von Internetquellen einschätzen • Wissenschaftliche Texte verfassen und deren Inhalte präsentieren 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Forschungsgrundlagen: Forschungsfragen, Forschungsstrategien, Forschungsethik • Sammeln von Sekundärdaten: Bibliotheksnutzung und Sekundärforschung • Sammeln von Primärdaten: Stichproben, Interviews, Fragebögen, Experimente • Analysieren quantitativer Daten mit Excel/SPSS • Analysieren qualitativer Daten • Fortgeschrittene Forschungsmethoden: multivariate Regressionsanalyse, Input-Output-Modellierung, Szenarioanalyse 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			
6	Prüfungsform Hausarbeit (5 Seiten) mit mündlicher Prüfung (25 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote			

	5/30*0,3
9	<u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg
10	Sonstige Informationen Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Bell, E., B. Harley, A. Bryman (2022), Business Research Methods, 6th edition. Oxford, UK: Oxford University Press Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters

Pflichtmodule Sommersemester

Modul 6: International Controlling & Finance				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) International Controlling b) International Finance			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <p>Fachliche Kompetenzen (International Controlling):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Dimensionen und Herausforderungen des internationalen Controllings einordnen • Lösungsansätze durch aktuelle Ansätze der Unternehmenssteuerung entwickeln • Geeignete Controlling-Instrumente für spezifische Anwendungssituationen im internationalen Kontext auswählen und anwenden sowie situationsspezifische Modelle entwickeln • Die Chancen und Risiken grenzüberschreitender Geschäftsaktivitäten beurteilen und ein adäquates Konzept für ein Risikomanagement im internationalen Kontext entwickeln • Die Verrechnungspreisproblematik nachvollziehen und Methoden zur Ermittlung von Verrechnungspreisen anwenden. <p>Fachliche Kompetenzen (International Finance):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merkmale von Finanzmärkten, Unternehmensfinanzierung und Unternehmensinvestitionen im internationalen Kontext einordnen • Kapitalmarkttheoretische Modelle zur Bestimmung von Kapitalkosten unter Berücksichtigung der Besonderheiten internationaler Unternehmen anwenden • Wirkungszusammenhänge zwischen den Investitionsentscheidungen, den Finanzierungsentscheidungen, den Kapitalkosten und dem Unternehmenswert nachvollziehen • Finanzpläne für internationale Unternehmen entwickeln <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen 			

	<p>austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten
3	<p>Inhalte</p> <p>International Controlling</p> <p>(1) Grundlagen des internationalen Controllings</p> <p>(2) Planung und Kontrolle im internationalen Kontext</p> <ul style="list-style-type: none"> • Budgetierung • Management Reporting • Abweichungsanalysen • Inflations- und Währungsbereinigungen • Verrechnungspreise <p>(3) Unternehmenssteuerung internationaler Geschäftsaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traditionelle Kennzahlenstysteme • Wertorientierte Unternehmensführung • Integration von Nachhaltigkeitszielen in die Unternehmenssteuerung <p>International Finance</p> <p>(1) Grundlagen der Finanzwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende finanzwirtschaftliche Konzepte • Forschungsansätze der internationalen Finanzierungslehre • Green Finance <p>(2) Management und Bewertung der Vermögensstruktur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Regeln für Anlageentscheidungen • Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung • Risiko von Wertpapieren und die erforderliche Rendite <p>(3) Finanzplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ermittlung des Finanzbedarfs • Optimale Kapitalstruktur und Auswahl der Finanzierungsformen • Kapitalkosten im internationalen Kontext <p>(4) Finanzmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Working Capital Management internationaler Unternehmen • Financial Engineering • Finanzwirtschaftliches Risikomanagement (z.B. Währungsrisiken) mit Derivaten
4	<p>Lehrformen</p> <p>Seminaristische Lehrveranstaltung</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Keine. Grundkenntnisse in Controlling und Finanzierung werden erwartet.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min, schriftliche Form, in der Hochschule)</p> <p>Es besteht die Möglichkeit der Anrechnung einer freiwilligen Vorleistung gem. § 9a der RPO in Höhe von 10 Prozentpunkten.</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mindestens mit „ausreichend“ bewertete Gesamtprüfungsleistung</p>

8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Henner Klönne</u> , Prof. Dr. Wolfgang Wiesmann
10	Sonstige Informationen Grundlagenliteratur International Controlling <ul style="list-style-type: none"> • Datar, S. M./Rajan M. V.; Horngren's Cost Accounting - A Managerial Emphasis, 17th edition, Harlow: Pearson (2021) • Bhimani, A./Horngren C./Rajan M./Data S.: Management and Cost Accounting, 8th edition, Harlow: Pearson (2023) International Finance <ul style="list-style-type: none"> • Brealey, R.A./Myers, S.C./ Allen, F./Marcus, A.: Fundamentals of Corporate Finance, 11th edition, Boston et al: McGraw-Hill (2022). • Brealey, R.A./Myers, S.C./Allen, F./Edmans, A.: Principles of Corporate Finance, 14th edition, Boston et al: McGraw-Hill (2022). • Vernimmen, P./Quiry, P./Le Fur, Y.: Corporate Finance: Theory and Practice, 6th edition, Hoboken/New Jersey: Wiley (2022). • Koller, T./Goedhart, M./Wessels, D.: Valuation - Measuring and Managing the Value of Companies, 7th edition, Hoboken/New Jersey: Wiley (2020). • Kaiser, D.: Economic Theory in the 21st Century. Towards a Renewed Understanding of Money and Capital from a System-wide Perspective, Wiesbaden: Springer Gabler (2020). Weitere Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters gegeben.

Modul 8: Internationales Personalmanagement				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltung Internationales Personalmanagement			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ihre erweiterten Kenntnisse der Personalplanung, Personalbeschaffung und -marketing; Retention, Personalentwicklung, Entsendung, Arbeitszeitmodelle und Vergütung auf internationale Anforderungen übertragen • Methoden und Instrumente im internationalen Kontext unter Berücksichtigung der Personalstrategie anwenden • Generationengerechte und branchenspezifische Personalmanagementkonzepte umsetzen • Gestaltungsmöglichkeiten unter Berücksichtigung einer Unternehmensstrategie zutreffend einschätzen und nutzen <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalplanung und internationale Personalbeschaffung • Employer Branding • Soziale Netzwerke im Kontext internationaler HR-Konzepte • Grundlagen Vergütung, Retention, Arbeitszeitmodelle • Methoden und Instrumente der Personalentwicklung im internationalen Vergleich • Talentmanagement, Potenzialanalysen • Generation Babyboomer, X, Y und Z • Entsendung, Vorbereitung und Begleitung von Auslandseinsätzen 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen ist seminaristisch aufgebaut und enthält Fallstudien			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Personalmanagement werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Hausarbeit (15 Seiten) mit mündlicher Prüfung (20 Min.) und Präsentation ODER Klausur (90 Minuten, elektronisch gestützt, in der Hochschule)			

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3
9	<u>Modulbeauftragter/r</u> und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Margit Geiger, Prof. Dr. Astrid Gieselmann
10	Sonstige Informationen Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Scholz, C/Scholz, T.: Grundlagen Personalmanagement, München, neueste Auflage • Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg, neueste Auflage Empfohlene Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Berthel, J.: Personal-Management, Stuttgart, neueste Auflage • Blom, H.; Meier, H.: Interkulturelles Management, neueste Auflage • Hoyer, K.: Internationales Personalmanagement, Wiesbaden, neueste Auflage • Festing, M. Dowling, P. J. u.a.: Internationales Personalmanagement, neueste Auflage • Thomas, A./Schroll-Machl, S./Kammhuber, S.: Handbook of Intercultural Communication and Cooperation: Basics and Areas of Application, neueste Auflage Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters

Modul 9: Recht der Unternehmensführung				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Recht der Unternehmensführung			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Organisation innerhalb der verschiedenen Rechtsformen erklären • Handlungsempfehlungen für ein Compliance Management System identifizieren und aufbereiten • Haftungsrelevante Sachverhalte für Geschäftsleiter analysieren und Vermeidungsstrategien darstellen • Sinnvolle betriebliche Prozesse bei Personalauswahl und-einstellung sowie Personalfreisetzung – gerade auch im internationalen Kontext-erkennen • Fähigkeit, Prozesse den arbeitsrechtlichen Vorschriften entsprechend zu gestalten, insbesondere geeignete Mitarbeiter- und Entsendungsprogramme identifizieren • Handlungsempfehlungen für Vertriebssysteme identifizieren und aufbereiten <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln und eigene Standpunkte in Diskussionen vertreten (Kommunikative Kompetenz) 			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organisation der einzelnen Rechtsformen • Compliance und Corporate Social Responsibility • Begründung, Inhalt und Beendigung von Arbeitsverhältnissen, einschließlich Arbeitnehmerentsendung • Betriebliche und unternehmerische Mitbestimmung • Grundzüge des Wettbewerbs- und Kartellrechts 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			

6	<p>Prüfungsform Mündliche Prüfung (20 Min.) ODER Klausur (120 Minuten, schriftliche Form, in der Hochschule)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3</p>
9	<p><u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Lars Renner/Prof. Dr. Feyzan Ünsal</u></p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bitter/Heim, Gesellschaftsrecht, neueste Auflage • Böhm/Hennig/Popp, Praxishandbuch Arbeitnehmerüberlassung, neueste Auflage • Ek/Kock, Die Haftung des GmbH-Geschäftsführers, neueste Auflage • Fritzsche, Wettbewerbs- und Kartellrecht • Grunewald, Gesellschaftsrecht, neueste Auflage • Junker, Grundkurs Arbeitsrecht, neueste Auflage • Krieger/Schneider, Handbuch Managerhaftung, neueste Auflage • Kling/Thomas, Grundkurs Wettbewerbs- und Kartellrecht, neueste Auflage • Lelley, Compliance im Arbeitsrecht, neueste Auflage • Mengel, Compliance und Arbeitsrecht, neueste Auflage • Patzina/Bank/Simon-Widmann, Haftung von Unternehmensorganen, neueste Auflage • Richardi/Bayreuther, Kollektives Arbeitsrecht, neueste Auflage • Saenger, Gesellschaftsrecht, neueste Auflage • Schmidt, Gesellschaftsrecht • Umnuß, Corporate Compliance Checkliste, neueste Auflage • Windbichler, Gesellschaftsrecht, neueste Auflage <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters</p>

Modul 5: Strategic Management				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Strategic Management			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <p>Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Grundlagen des Wettbewerbsprozesses, der strategischen Wettbewerbsdynamik und strategischen Positionierung sowie die Bedeutung von externen, nicht beeinflussbaren Einflussfaktoren (z.B. institutionellen Begebenheiten), die bei intendierten Veränderungen von bestehenden Strukturen berücksichtigt werden müssen, verstehen • Die Art und Rolle von unternehmenseigenen Ressourcen und Fähigkeiten im strategischen Managementprozessen verstehen • Die Grundzüge und Methoden des strategischen Managements und deren Einsatz im internationalen Management anwenden • Die Ergebnisse und Implikationen der Anwendung strategischer Prozesse und Methoden analysieren und daraus nachvollziehbare, konsistente und schlüssige Handlungsempfehlungen ableiten • Die Handlungsempfehlungen und strategischen Implikationen auf Basis passender Bewertungskriterien evaluieren und priorisieren • Situationsgerechte Ansätze zur Implementierung von ausgewählten Handlungsempfehlungen entwickeln <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Kompetenzen im Recherchieren, Interpretieren, Analysieren und Planen in Bezug auf betriebswirtschaftliche Problemstellungen im Bereich des strategischen Managements • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln • Den eigenen Lernprozess reflektieren • Darüber hinaus wird die Sozialkompetenz durch Gruppendiskussionen, Teamarbeit und Präsentationen gefördert. 			

3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • Ziel- und Leitbildanalyse • Methoden der strategischen Analyse des Unternehmensumfelds und Entwicklung relevanter Umweltszenarien • Durchführung von Kunden- und Marktanalysen • Methoden der strategischen Analyse unternehmerischer Stärken und Schwächen; Identifikation von Kernkompetenzen und Erfolgsfaktoren • Strategische Positionierung: Formulierung von Unternehmensstrategien und Geschäftsbereichsstrategien • Moderne Ansätze des strategischen Managements (z.B. Blue Ocean, Geschäftsmodelle) • Strategiebewertung, -auswahl und -implementierung
4	<p>Lehrformen Seminaristischer Unterricht, insbesondere Fallstudien und Gruppenarbeiten</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Keine</p>
6	<p>Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Fallstudienbearbeitung [40%], Referat [40%] + Lernprozess-Reflektion [20%]/Resümee)</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$</p>
9	<p><u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Rolf Tappe</u></p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Pflichtliteratur: Wunder, T.: Essentials of Strategic Management. 1. Auflage 2016, Stuttgart</p> <p>Empfohlene Literatur: Ansoff H.I. (2007). Strategic Management. Palgrave Macmillan. Barney, J. and Hesterly, W. (2014), Strategic Management and Competitive Advantage: International Edition, 5/E. Pearson. Grant, R. (2021). Contemporary Strategic Analysis. Wiley. Whittington et. al (2020). Fundamentals of Strategy. 5/E Pearson.</p> <p>Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters</p>

Modul 10: Sustainable Economics				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 75 h b) 75 h	a) 2,5 b) 2,5	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Sommersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 30 h b) 30 h	a) 45 h b) 45 h	36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Grundlagen der Nachhaltigen Ökonomie b) Aktuelle Themen der Nachhaltigen Ökonomie			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung und seine Entstehung erläutern (a) • Unterschiedliche Nachhaltigkeitskonzepte (schwache vs. starke Nachhaltigkeit, drei Dimensionen, vier Dimensionen) anwenden (a) • Indikatorensätze entwickeln und interpretieren (a) • Zielkonflikte zwischen den verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit identifizieren und lösen (a) • Politikinstrumente aus Sicht der Nachhaltigkeit beurteilen (a) • Aktuelle Themen der Nachhaltigen Entwicklung mit Hilfe von geeigneten Modellen aus der Mikro- und Makroökonomie analysieren (b) Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und kritisch analysieren • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln • Darüber hinaus wird die Sozialkompetenz durch Gruppendiskussionen, Teamarbeit und Präsentationen gefördert. 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung und seine Operationalisierung • Wohlfahrtsindikatoren und Nachhaltigkeitsindikatoren • Wachstums- und Entwicklungspolitik • Analyse von Politikinstrumenten (z.B. Ökosteuern, Emissionshandel) • Analyse von Transformationsprozessen (z.B: Energiewende, Verkehrswende) • Wirtschaftssysteme für Nachhaltige Entwicklung (Donut-Ökonomie, Degrowth, Postwachstumsgesellschaft) 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht			

5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse der Mikro- und Makroökonomie werden erwartet.
6	Prüfungsformen a) Klausur (60 Min.) UND b) Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation (20 Min. Vortragszeit)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg, Dr. Jacinta Kellermann, Prof. Dr. Nele Lienhoop, Prof. Dr. Stephan Sommer, Prof. Dr. Carla Vogt
10	Sonstige Informationen Grundlagenliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Brundtland, G. (1987). <i>Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future</i>, United Nations General Assembly document A/42/427. • Jackson, T. (2009): <i>Prosperity without growth? The transition to a sustainable economy</i>, Sustainable Development Commission. • Meadows, D.H., D.L. Meadows, J. Randers, W.W. Behrens (1972): <i>The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind</i>, Universe Books. • Raworth, K. (2017): <i>Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st Century Economist</i>, Chelsea Green Publishing. • Schmelzer, M., A. Vansintjan, A. Vetter (2022): <i>The Future Is Degrowth: A Guide to a World Beyond Capitalism</i>, Verso Books, • UN General Assembly (2015): <i>Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development</i>, United Nations Resolution A/RES/70/1. • World Bank (2012): <i>Inclusive Green Growth – The Pathway to Sustainable Development</i>, The World Bank, Washington DC, USA. <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Wahlpflichtmodule

Vertiefungsrichtung Marketing & Sales

Modul 11: Business Case Studies				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 12 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Business Case Studies			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Eigenständig betriebswirtschaftliche Problemstellungen in englischer und/oder deutscher Sprache in Form von Fallstudien aus der Unternehmenspraxis bearbeiten • durch Anwendung ihrer betriebswirtschaftlichen Methoden- und Analysekompetenz Lösungen und Handlungsempfehlungen für praxisorientierte Fragestellungen im Team entwickeln und schriftlich dokumentieren Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • ihre Arbeitsergebnisse strukturiert präsentieren • Methoden zur anwendungsorientierten Analyse und Präsentation anwenden 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen in Form von Fallstudien aus der Unternehmenspraxis unter Anleitung der Lehrenden • Fallstudien, die aktuelle Fragestellungen von Unternehmen mit unterschiedlichem Branchenkontext und Internationalisierungsgrad berücksichtigen • Fallstudien, in denen Unternehmen vor unterschiedlichen Herausforderungen stehen, die in verschiedenen betriebswirtschaftlichen Funktionsbereichen angesiedelt sind 			
4	Lehrformen Seminar, Übungen, Bearbeitung von Fallstudien und Präsentation			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine.			

6	Prüfungsformen Referat (20 Minuten) und Handout (10 Seiten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Ralf Schlottmann / Prof. Dr. Stefan Sturm</u>
10	Sonstige Informationen Pflichtliteratur Vertiefende Fachliteratur je nach Fallstudie

Modul 12: International Sales Management				
Work-load	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 75 h b) 75 h	a) 2,5 b) 2,5	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 45 h b) 45 h	36 Studierende
1	Lehrveranstaltungen			
	a) Sales Management b) Selected Target Markets and Industries			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen			
	Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Die Herausforderungen im internationalen Vertrieb sowie die gängigsten Vertriebsstrategien und -instrumente erläutern • Die Bedeutung von Standortfaktoren für die Standortentscheidung von Unternehmen aus einzelnen Branchen einschätzen • Schwachstellen einer internationalen Vertriebsorganisation und -strategie erkennen und geeignete Verbesserungsvorschläge entwickeln • Ausgewählte konzeptionelle Tätigkeiten im Vertriebsbereich wahrnehmen • Ausgewählte Zielmärkte sowie Rohstoff-, Güter- oder Dienstleistungsmärkte analysieren und dabei innerhalb der Raumsysteme/Rahmenbedingungen angemessen agieren und reagieren 			
	Fachübergreifende Kompetenzen:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • Den eigenen Lernprozess reflektieren 			
3	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Aufbau eines internationalen Distributionssystems • Management von internationalen Vertriebspartnern und Kunden • Aufbau und Management einer internationalen Vertriebsorganisation • Standortfaktoren ausgewählter Branchen und Standortwettbewerb • Umfeldanalyse • Branchenanalyse 			
4	Lehrformen			
	Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und enthalten Fallstudien.			
5	Teilnahmevoraussetzungen			
	keine			
6	Prüfungsformen			
	Portfolioprüfung (Hausarbeit [30 %], Test [50 %] + Lernprozess-Reflektion [20%])			

7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Ralf Schlottmann</p>
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Johnston, M.; Marshall, G.: Contemporary Selling – Building Relationships, Creating Value, Sixth edition, 2022, NY • Johnston, M.; Marshall, G.: Sales Force Management – Leadership, Innovation, Technology, Twelfth Edition, Oxon 2016 <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jobber, D.; Lancaster, G.: Selling and Sales Management, Eleventh Edition, Harlow UK 2019 • Opresnik, M.: The hidden rules of successful negotiation, 2014 • Wieseke, J.: The Sales Profit Chain, Bochum 2022 • Schiffman, L.; Wisenblit, J.: Consumer Behavior, Twelfth edition, 2019 Harlow UK <p>Zielmarkt- und branchenspezifische Literatur wird zu Beginn des Semesters festgelegt. Regelmäßig genutzt werden Informationen und Berichte der Germany Trade and Invest - Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH (http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/DE/trade.html).</p>

Modul 13: Projekt Marketingforschung				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 10 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Projekt Marketingforschung			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Methoden der wissenschaftlichen Forschung in einem konkreten Projekt anwenden • Vertiefte Kenntnisse in einem aktuellen Marketingthema aneignen • Einen Forschungsbericht im Team erstellen • Softwaretools in der Marketingforschung anwenden Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Ein Forschungsprojekt in der Gruppe eigenständig konzipieren, bearbeiten und durchführen - Projektmanagement 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Bearbeitung eines aktuellen Projekts auf wissenschaftlichem Niveau oder eines Forschungsvorhabens in einem oder mehreren Teams • Projekt mit einem Unternehmen / einer Institution oder im Rahmen eines Forschungsvorhabens (z.B. eine empirische Untersuchung) 			
4	Lehrformen Projektarbeit			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine			
6	Prüfungsformen Hausarbeit (10 Seiten) mit Präsentation			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Christina Riegermann, Prof. Dr. Ute Ritzerfeld-Zell, Prof. Dr. Ralf Schlottmann</u>			
10	Sonstige Informationen Grundlagenliteratur Vertiefende Fachliteratur je nach Aufgabenstellung des Projektes/ des			

	Forschungsvorhabens
--	---------------------

Vertiefungsrichtung Human Resource Management

Modul 14: HR-Prozessmanagement				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
150 h	5	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 12 Studierende
1	Lehrveranstaltungen HR-Prozessmanagement			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • People Analytics anwenden, um HR-Daten und Unternehmensdaten zu verknüpfen. Aufbauend entwickeln sie Zukunftsprognosen und- szenarien. • zielgruppenadäquate Implementierungsstrategien konzipieren, um Enduser:innen bei der Digitalisierung von HR-Prozessen zu gewinnen. • Praxisanwendungen kritisch reflektieren. • Widerstände bei der Implementierung von IT-Tools im HR-Bereich antizipieren, • Mobilisierungsstrategien anwenden, um erfolgreich IT-Tools einzuführen. 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der HR Prozesse Personalplanung, Recruiting und Personalentwicklung (Chancen und Risiken der Digitalisierung) • Konzepte zu People Analytics • Mobilisierungsstrategien bei komplexen IT Projekten • Frühzeitige Erkennung von Widerständen bei der Digitalisierung von HR Prozessen und Konzeption von flankierenden Massnahmen zur Akzeptanzsteigerung 			
4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Personalmanagement werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Referat [50%], Fallstudienbearbeitung [50%] ODER Hausarbeit mit Präsentation [50%], Lernprozessreflektion [unbewertet])			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3			

9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Margit Geiger, Prof. Dr. Astrid Gieselmann
10	Sonstige Informationen Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Scholz, C./Scholz, T.: Grundlagen des Personalmanagements, München, neueste Auflage• Jung, H.: Personalwirtschaft, Oldenbourg, neueste Auflage Empfohlene Literatur Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 15: Transformation und Change Management				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 12 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Transformation und Change Management			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden:</p> <p>Fachliche Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Change- und Transformationsprozesse (z.B. digitale Transformation, Transformation zur Nachhaltigkeit) in Unternehmen konzeptionell mitgestalten und HR-seitig unterstützen • aktuelle Trends im Personalmanagement beschreiben und kritisch reflektieren • Stakeholderinteressen analysieren und berücksichtigen • Erfolgsfaktoren und Hindernisse von Veränderungsprozessen erkennen • konkrete Entscheidungsvorlagen für Konzepte und Maßnahmen erstellen, diese präsentieren und argumentativ vertreten <p>Fachübergreifende Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren und kritisch analysieren • Führungskräfte beraten • sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anlässe von Transformationen und Change Management • Modelle des Change Managements • Rollen von HR in Change Prozessen • Entscheidungsprozesse in internationalen Konzernen • Widerstände, Konflikte und Verhandlung • Klassisches und agiles Projektmanagement • Kommunikation in Veränderungsprozessen (Kommunikationsstrategien, Story telling etc.) • Kulturveränderung 			
4	<p>Lehrformen Seminaristischer Unterricht, insbes. Referate, Fallstudien, Rollenspiele</p>			
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Personalmanagement werden vorausgesetzt.</p>			
6	<p>Prüfungsformen</p>			

	Portfolioprfung (Elemente: Referat [50%], Fallstudienbearbeitung [50%] ODER Hausarbeit mit Präsentation [50%], Lernprozessreflektion [unbewertet])
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 5/30*0,3
9	<u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Astrid Gieselmann, Prof. Dr. Margit Geiger
10	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Grundlagenliteratur (jeweils in der aktuellsten Auflage):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hess, T.: Digitale Transformation strategisch steuern, Wiesbaden • Nerdinger, F./Blickle, G./Schaper, N.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Berlin und Heidelberg • Nagel, E./Stolz, I.: Organisationalen Wandel gestalten, Wiesbaden • Kotter, J.: Leading Change, München • Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Frankfurt und New York • Sackman, S.: Culture in Organizations, Cham. <p>Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Modul 16: Vergleichendes Arbeitsrecht				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 12 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Vergleichendes Arbeitsrecht			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsrechtliche Besonderheiten im internationalen Kontext erkennen und reflektieren • Die in den unterschiedlichen Rechtskreisen vorherrschenden typischen Regelungen erläutern • Arbeitsrechtliche Gestaltungsmöglichkeiten im internationalen Kontext zutreffend einschätzen und Anwendungsmöglichkeiten ableiten • Rechtliche Gestaltungsspielräume und Grenzen erläutern Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vergleichende Betrachtung arbeitsrechtlicher Fragestellungen verschiedener Industrienationen. 			
4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Wirtschaftsrecht werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Referat (30 Min. Vortragszeit, Handout)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$			
9	<u>Modulbeauftragte/r</u> und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Feyzan Ünsal			

10	Sonstige Informationen Grundlagenliteratur <ul style="list-style-type: none">• Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht, neueste Auflage• Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, neueste Auflage• Koch/Magnus/Winkler von Mohrenfels, IPR und Rechtsvergleichung, neueste Auflage• Thüsing, Europäisches Arbeitsrecht, neueste Auflage Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.
-----------	--

Wahlpflichtmodul für internationale Gaststudierende

Modul 17: Deutsch als Fremdsprache				
Workload 150 h	Credits 5	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Winter- und Sommersemester (bei Bedarf)	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 90 h	geplante Gruppengröße 12
1	Lehrveranstaltungen Deutsch als Fremdsprache			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Einen erweiterten allgemeinen und berufsbezogenen Wortschatz nutzen • Erweiterte Grammatikkenntnisse anwenden • In deutscher Sprache mündlich und schriftlich erfolgreich kommunizieren Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Ihr Wissen über interkulturelle Kommunikation anwenden und fremdsprachige Konventionen beachten • Ihren Sprachlernprozess reflektieren und optimieren • Eine Gruppenarbeit organisieren, planen und durchführen • Sich im Dialog mit anderen über Informationen und Problemstellungen austauschen und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln (Kommunikative Kompetenz) 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Inhalte sind abhängig vom Niveau des Sprachkurses 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten			
5	Teilnahmevoraussetzungen Abhängig vom jeweils gewählten Sprachkurs Das Modul kann nur von internationalen Gaststudierenden belegt werden.			
6	Prüfungsformen Abhängig vom jeweils gewählten Sprachkurs			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $5/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Alejandro Simonovis M.A.			

10	Sonstige Informationen Studierende können - abhängig von bereits vorhandenen Sprachkenntnissen Sprachkurse auf unterschiedlichen Niveaus belegen. Grundlagenliteratur Abhängig vom jeweils gewählten Sprachkurs
-----------	---

Auslandsaufenthalt

Modul 18: Auslandsstudiensemester				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
900 h	30	3. Semester	Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	Lehrveranstaltungen Auslandsstudiensemester			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> Ihre erweiterten wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse und Fähigkeiten im interkulturellen Kontext anwenden Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten Ihr Wissen über interkulturelle Kommunikation anwenden 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> Auslandsstudiensemester im Rahmen eines wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengangs 			
4	Lehrformen			
5	Teilnahmevoraussetzungen Es müssen 30 ECTS in den ersten beiden Studiensemestern erbracht worden sein.			
6	Prüfungsformen			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung der Gasthochschule			
8	Stellenwert der Note für die Endnote Die ausländischen Prüfungsnoten werden in das deutsche Notensystem umgerechnet und anschließend mit den Leistungspunkten der ausländischen Hochschule gewichtet. Für die Bildung der Gesamtnote des Auslandsstudiensemesters wird der arithmetische Mittelwert aus den gewichteten Noten gebildet. Die Gesamtnote des Auslandsstudiensemesters geht mit dem Faktor 0,1 in die Endnote ein.			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Koordinierung / Betreuung durch das International Office und die Studiengangleitung.			

Auslandspraktikum

Modul 19: Auslandspraktikum				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
900h	30	3. Semester	Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	Lehrveranstaltungen Auslandspraktikum			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • im Studium erworbene theoretische Kenntnisse im interkulturellen Kontext praktisch anwenden • ihre Fremdsprachenkenntnisse im beruflichen Kontext anwenden Fachübergreifende Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • erfolgreich und angemessen mit Personen anderer Kulturen interagieren und im Team zusammenarbeiten • Lern- und Arbeitsprozesse eigenständig planen und vorbereiten • den eigenen Lernprozess kritisch reflektieren • Perspektiven für ihre berufliche Orientierung entwickeln 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • 18-wöchiges Praktikum im betriebswirtschaftlichen Bereich im Ausland • Drei virtuelle Coaching-Einheiten während des Auslandspraktikums mit dem betreuenden Dozenten 			
4	Lehrformen Praktische Tätigkeit im Betrieb und begleitendes Coaching			
5	Teilnahmevoraussetzungen Es müssen 30 ECTS in den ersten beiden Studiensemestern erbracht worden sein.			
6	Prüfungsformen Portfolioprüfung (Elemente: Referat zur Vorstellung des Unternehmens, 3 Folien, ca. 5-10 Minuten [10 %], Business Case Erstellung und Präsentation, 3 Folien, ca. 5-10 Minuten [30 %], Praktikumsbericht, 15 Seiten [60 %] + Lernprozess-Reflektion [unbewertet]/Resümee)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote 30*0,1			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Rolf Tappe</u> , alle Lehrenden des Fachbereich Wirtschaft			

Masterarbeit & Kolloquium

Modul 20: Masterarbeit & Kolloquium				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
900h	a) 25 b) 5	4. Semester		
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	Lehrveranstaltungen a) Masterarbeit b) Kolloquium			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden: Fachliche Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none"> • Ein Problem aus dem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in vorgegebener Zeit selbständig bearbeiten Fachübergreifende Kompetenz: <ul style="list-style-type: none"> • Literatur für ein vorgegebenes Fachthema recherchieren • Inhalte aus dieser Fachliteratur für andere verständlich darstellen und zitieren • Die Ergebnisse der Masterarbeit mündlich darstellen, selbständig vertreten und ihre Bedeutung einschätzen • Ergebnisse in interdisziplinäre Zusammenhänge einordnen und außerfachliche Bezüge herstellen 			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche, unter Beachtung formaler Kriterien, wissenschaftliche Arbeit, die 80 Textseiten umfassen sollte. 			
4	Lehrformen			
5	Teilnahmevoraussetzungen Zur Masterarbeit kann im vierten Studiensemester zugelassen werden, wer in den ersten drei Studiensemestern mindestens 80 ECTS-Punkte erreicht hat. Zur Masterarbeit kann auch zugelassen werden, wer das Auslandsstudiensemester im vierten Fachsemester absolvieren wird, wenn alle Leistungspunkte im ersten Studienjahr erreicht wurden. Das Kolloquium kann erst im Anschluss an das Auslandsstudiensemester erfolgen.			
6	Prüfungsformen Masterarbeit (80 Seiten) und Kolloquium (30 Minuten)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen			
8	Stellenwert der Note für die Endnote a) $25/30 \cdot 0,3$ b) $5/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Der Modulbeauftragte ist Prof. Dr. Rolf Tappe. Die Masterarbeit kann von allen Lehrenden des Fachbereichs Wirtschaft betreut werden. Die			

	Rahmenprüfungsordnung ist zu beachten.
--	--