

Modulhandbuch „International Management“

Stand 23.11.2020

Studienverlaufsplan

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Kernmodule 18 ECTS	Kernmodule 18 ECTS	Auslandssemester 30 ECTS	Masterarbeit Kolloquium 30 ECTS
Vertiefungsmodule 12 ECTS	Vertiefungsmodule 12 ECTS		

Kernmodule

Modul	Sem. 1	Sem. 2	Zusammen
Research Methods (E)	6		6
Interkulturelle Kompetenz			6
a) Interkulturelle Kommunikation und Teambildung		3	
b) Fremdsprache		3	
Führung im internationalen Kontext (E)	6		
Strategic Management (E)		6	6
Institutionenökonomik	6		6
Internationale Wirtschaftspolitik		6	6
Zusammen	18	18	36

Die mit (E) gekennzeichneten Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt.

Vertiefungsmodule

Die Studierenden wählen eine der folgenden Spezialisierungen:

- Marktmanagement (MM)
- Personalmanagement (PM)
- International Economics and Finance (IEF)

Jedes Vertiefungsmodul ist einer Spezialisierung zugeordnet. In der jeweiligen Vertiefung müssen mindestens zwei Module (d.h. 12 ECTS) belegt werden. Die restlichen 12 ECTS können frei gewählt werden. Zur Auswahl stehen:

Modul	Vertiefung	Sem.
Internationales Marketing	MM	WS
International Sales Management (E)	MM	WS
Production and Logistics Management (E)	MM	SS
Internationales Personalmanagement	PM	SS
Internationales Arbeits- und Gesellschaftsrecht	PM	WS
Personalmanagement im Fokus von Globalisierung, Digitalisierung und Agilität	PM	SS
Internationales Controlling	IEF	WS
The Global Economy (E)	IEF	WS
International Finance (E)	IEF	SS
Operations Research		SS
Projekt/Forschendes Lernen		*
Deutsch als Fremdsprache		**
Ruhr Master School		*

Die mit (E) gekennzeichneten Veranstaltungen finden in englischer Sprache statt.

* bei Bedarf

** für Incomings

Kernmodule

Modul 1: Research Methods				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Research Methods			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden verstehen die ethischen und methodischen Anforderungen, die bei der wissenschaftlichen Arbeit gelten. Sie lernen den Umgang mit wissenschaftlichen Datenbanken (Literatur, Statistiken usw.), die Erhebung von Primärdaten, die Durchführung von Experimenten, die Modellierung von wirtschaftlichen Zusammenhängen und die Entwicklung von Szenarien. Das im Modul erworbene Wissen wird im Rahmen von Übungen und Gruppenarbeiten eingesetzt.</p> <p><i>Können:</i> Nach erfolgreichem Abschluss können die Studierenden Forschungsfragen des International Management präzise formulieren, eine angemessene Forschungsmethode wählen und diese nach wissenschaftlichen Standards durchführen. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Daten aufzubereiten, zu analysieren und korrekt zu interpretieren.</p>			
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Research fundamentals: research questions, research strategies, research ethics • Collecting secondary data: library use and desk research • Collecting primary data: sampling, interviews, questionnaires, experiments • Analysing quantitative data with Excel/SPSS • Analysing qualitative data • Advanced research methods: multivariate regression analysis, input-output modelling, scenario analysis 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			
6	Prüfungsform Hausarbeit mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote			

	6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none">• Bryman, A. & E. Bell (2015), Business Research Methods, 4th edition. Oxford, UK: Oxford University Press Empfohlene Literatur <ul style="list-style-type: none">• Miller, R.E. & P.D. Blair (2009), Input-Output Analysis: Foundations and Extensions, 2nd edition. Cambridge, UK: Cambridge University Press• Newbold, P., W. Carlson, B. Thorne (2013), Statistics for Business and Economics, 8th edition, Harlow, UK: Pearson• Saunders, M., P. Lewis, A. Thornhill (2015), Research Methods for Business Students, 7th edition. Harlow, UK: Pearson Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters

Modul 2: Interkulturelle Kompetenz				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	2. Semester	Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Interkulturelle Kommunikation und Teambildung b) Sprache			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden sind darauf vorbereitet, mit internationalen Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten, Kollegen und Mitarbeitern unterschiedlicher kultureller Prägung erfolgreich zu kooperieren. Das im Verlauf des Kurses erarbeitete Wissen wird im Rahmen von Übungen, Gruppenarbeiten und Rollenspielen eingesetzt.</p> <p><i>Können:</i> Die Studierenden lernen, kommunikative Situationen aus dem Alltag und Beruf mit Hilfe von Kommunikationsmodellen zu analysieren. Sie sind in der Lage, die darin enthaltenen kulturellen Aspekte zu erkennen und zu verstehen und interkulturelle Kommunikationsprozesse - gerade auch in gemischten Teams - zu gestalten. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Zusammenarbeit in interkulturell zusammengesetzten Teams, die einen spezifischen Aspekt des International Management darstellt, erfolgreich gestalten. Sie sind in der Lage, sich in einer von Ihnen gewählten Sprache im Rahmen des Angebotes des ISD in einfachen arbeitsweltlichen Kommunikationssituationen schriftlich und mündlich zu verständigen. Sie verfügen über grundlegendes Wissen zur soziokulturellen und geschichtlichen Entwicklung der Sprachkulturen.</p>			
3	<p>Inhalte</p> <p>a) Interkulturelle Kommunikation und Teambildung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interkulturelle Kommunikation • Verhandeln im interkulturellen Kontext • Konzepte der Teambildung und Teamentwicklung • Soziologische und psychologische Aspekte des Arbeitens in interkulturellen Teams <p>b) Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwerb von Grundfertigkeiten in der jeweiligen Fremdsprache • Kommunikationsfähigkeit in Sprachsituationen der Arbeitswelt • Erwerb von Grundwissen über die kulturellen und geschichtlichen Hintergründe der jeweiligen Sprachkultur. 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten, Rollenspiele			

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>a) Keine</p> <p>b) Es gelten die Teilnahmevoraussetzungen des gewählten Sprachkurses. Bei der Wahl eines Englischkurses müssen Sprachkenntnisse auf dem Kompetenzniveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens vorhanden sein.</p>
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>a) Hausarbeit ggf. mit mündlicher Prüfung</p> <p>b) Abhängig vom jeweils gewählten Sprachkurs am ISD</p>
7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>a) $3/30 \cdot 0,3$</p> <p>b) $3/30 \cdot 0,3$</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Martina Meyer-Schwickerath, div. Sprachlehrkräfte des ISD</p>
10	<p>Grundlagenliteratur</p> <p>Interkulturelle Kommunikation und Teambildung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berardo, K./ Deardorff, D.: Building cultural competence, Sterling, 2012 • Hofstede, G./ Hofstede, J./ Minkov, M.: Cultures and Organizations: Software of the Mind, New York, neueste Auflage • House, R.J. et al: Culture, leadership, and organizations, Thousand Oaks, 2014 • Lewis, R.D.: When teams collide – Managing the international team successfully, London-Boston, 2012 • Thomas, A./Schroll-Machl, S./Kammhuber, S.: Handbuch Interkultureller Kommunikation und Kooperation Band 1 und 2, Göttingen, neueste Auflage • Trompenaars, F./ Hampden-Turner, Ch.: Riding the waves of culture, London, neueste Auflage <p>Sprache</p> <ul style="list-style-type: none"> • Standardwerk zum Erwerb der Fremdsprache für Anfänger/innen/ Fortgeschrittene • Begleitende Literatur zur jeweiligen Sprachkultur

Modul 3: Führung im internationalen Kontext (E)				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Führung im internationalen Kontext			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen in diesem Modul zu erkennen, welche Relevanz Führung heute als spezifischer Aspekt des International Management in internationalen Unternehmen und im interkulturellen Kontext hat. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer setzen sich kritisch mit Führungstheorien auseinander, reflektieren die Entwicklung eines persönlichen Führungsprofils und bauen ihre eigene Führungskompetenz aus. <i>Können:</i> Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, einen eigenen Führungsstil unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Umstände zu entwickeln und ein interkulturell zusammengesetztes Team erfolgreich zu führen. Sie können ihre interkulturellen Führungskompetenzen einschätzen und gezielt weiterentwickeln.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Formulierung von Zielen und Strategien • Ebenen von Führung, Wirkprinzipien und Instrumenten • Führen von Teams und Kooperation mit Vorgesetzten und Kollegen • Führungswerkzeuge 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und beinhalten das Bearbeiten von Fallstudien.			
5	Teilnahmevoraussetzungen keine			
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Roland Böttcher; Prof. Dr. Heinz Siebenbrock			
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Flint, B. (2012): The Journey to Competitive Advantage Through Servant Leadership. WestBow Press • Robbins, S./Judge, T. (2016): Organizational Behavior, Pearson 			

- Whetten, D./Cameron, K. (2010) : Developing Management Skills, Pearson

Empfohlene Literatur

- Corssen, J. (2004): Der Selbst-Entwickler. Beust
- Lang, R./Rybnikova, I. (2014): Aktuelle Führungstheorien und -konzepte. SpringerGabler
- Sinek, S. (2014): Leaders eat last. Penguin
- Sprenger, R. (2012): Radikal führen. Campus

Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 4: Strategic Management (E)				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Strategic Management			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen in diesem Modul Grundzüge und Methoden des strategischen Managements und deren Einsatz im International Management kennen. Sie verstehen, wie diese Methoden bei der Gestaltung von Wachstumsprozessen über Ländergrenzen hinweg eingesetzt werden können. Sie erkennen die Bedeutung von institutionellen Begebenheiten, die bei intendierten Veränderungen von bestehenden Strukturen berücksichtigt werden müssen. <i>Können:</i> Vor dem Hintergrund der sich verändernden Rahmenbedingungen lernen die Studierenden Veränderungsprozesse unter Berücksichtigung der spezifischen Aspekte des International Management zu gestalten; sie können unterschiedliche Strategiemodelle anwenden.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des strategischen Managements • Methoden der strategischen Analyse • Formulierung von (internationalen) Portfolio- und Wettbewerbsstrategien • Moderne Ansätze des strategischen Managements (z.B. Blue Ocean) • Strategiebewertung, -auswahl und -implementierung • Bedeutung der Unternehmenskultur im strategischen Management, speziell im Kontext unterschiedlicher Kulturen 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut und beinhalten das Bearbeiten von Fallstudien.			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine			
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Rolf Tappe; Prof. Dr. Jürgen Bock			
10	Pflichtliteratur			

- Wunder, T.: Essentials of Strategic Management. 1. Auflage 2016, Stuttgart

Empfohlene Literatur

- Welge, M.K.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess - Implementierung. 6. Auflage 2012, Wiesbaden.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategien. Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 11. Auflage 2008, Frankfurt a.M..

Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 5: Institutionenökonomik				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Institutionenökonomik			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> In diesem Modul lernen die Studierenden die Bedeutung der Gestaltung von Regeln zur Organisation sozialer Beziehungen zu erkennen, alternative institutionelle Arrangements zu analysieren und hieraus wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen abzuleiten. Sie verstehen die besondere Bedeutung von Institutionen im internationalen Kontext und für spezifische Aspekte des International Management (z.B. Principal-Agent-Theorie). <i>Können:</i> Die Studierenden begreifen einzelwirtschaftliches und vor allem wirtschaftspolitisches Handeln aus institutionenökonomischer Sicht und können dieses Wissen bei der Führung von international tätigen Unternehmen anwenden.			
3	Inhalte <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 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut, Übungen sind integriert.			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse der Mikroökonomie werden empfohlen.			
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Michael Häder			
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Erlei, M., Leschke, M., Sauerland, D., Institutionenökonomik, 3. Aufl., Stuttgart 2016. Empfohlene Literatur <ul style="list-style-type: none"> • Douma, Sytse/Schreuder, Hein : Economic Approaches to Organizations, 6th ed., Harlow 2017. 			

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Göbel, E., Neue Institutionenökonomik, Konzeption und betriebswirtschaftliche Anwendungen, Stuttgart 2002.• Neus, W., Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, 9., neu bearb. Aufl., Tübingen 2015.• Schäfer, Hans-Bernd/Ott, Claus: Lehrbuch der ökonomischen Analyse des Zivilrechts, 5., überarb. Aufl., Berlin, Heidelberg 2013. |
|---|

Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 6: Internationale Wirtschaftspolitik				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	2. Semester	Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	1 Semester 1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Länder- und Standortanalysen b) Internationale Struktur- und Umweltpolitik			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> a) Die Studierenden lernen die Bedeutung von Standortfaktoren als spezielle Herausforderung für das Management in internationalen Unternehmen kennen. Nach Abschluss des Moduls beherrschen sie Methoden zur Bewertung von Standorten. b) Die Studierenden lernen Politikbereiche der Europäischen Union kennen. Sie entwickeln ein Verständnis für Ursachen, Folgen und politischen Handlungsbedarf beim Auftreten regionaler Disparitäten und großräumiger Umweltprobleme. <i>Können:</i> a) Die Studierenden können veröffentlichte Rankings und Standortbewertungen kritisch hinterfragen und Standortbewertungen für ein Unternehmen strukturieren. b) Sie sind mit den regionalen Förderinstrumentarien der EU („Strukturfonds“) vertraut. Sie können die Notwendigkeit international ausgerichteter Wirtschaftspolitik – in den Veranstaltungen dargestellt anhand der Beispiele Regional- und Umweltpolitik – vermitteln, ohne die damit verbundenen Herausforderungen zu übersehen. Die Studierenden lernen, aktuelle Entwicklungen der internationalen Umweltpolitik (insbesondere Klimapolitik) vor dem Hintergrund der umweltökonomischen Theorie einzuordnen und zu verstehen.			
3	Inhalte a) <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die räumliche Dimension des Wirtschaftens • Standorttheorien und Raumstruktur • Methoden der Analyse von Standortfaktoren und der Standortbewertung • Kritische Untersuchung von praktischen Standortanalysen b) <ul style="list-style-type: none"> • Die Europäische Union als Wirtschaftsraum und globaler Akteur • Strukturpolitik in der Europäischen Union • Zentrale Probleme der Nachhaltigen Entwicklung auf internationaler Ebene (Klimawandel, Überfischung der Weltmeere) und Diskussion umweltökonomischer Instrumente • Problematik sozialer Dilemmata 			
4	Lehrformen			

	Die Veranstaltungen sind seminaristisch aufgebaut, Übungen sind integriert
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse der Mikroökonomie werden erwartet.
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Dieter Hecht</u> , Prof. Dr. Carla Vogt, Prof. Dr. Nele Lienhoop
10	Pflichtliteratur a) <ul style="list-style-type: none"> • Farhauer, Oliver / Kröll, Alexandra (2013): Standorttheorien. Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis, neueste Aufl., Wiesbaden. • Ottmann, Matthias / Lifka, Stephan (2010): Methoden der Standortanalyse, neueste Aufl., Darmstadt. b) <ul style="list-style-type: none"> • Barrett, Scott (2006): Environment and Statecraft. The Strategy of Environmental Treaty-making, neueste Aufl., Oxford et al. • Endres, Alfred (2013), Umweltökonomie, neueste Auflage, Stuttgart • Sturm, Bodo / Vogt, Carsten (2011), Umweltökonomik. Eine anwendungsorientierte Einführung, Heidelberg et al. • Wagener, Hans-Jürgen / Eger, Thomas (2014): Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, neueste Aufl., München. Literaturhinweise zu aktuellen Entwicklungen und Diskussionen erfolgen zu Beginn des Semesters.

Vertiefungsmodule Marktmanagement

Modul 7: Internationales Marketing				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Marketing-Management in globalen Konsumgütermärkten b) Beschaffungs- und Investitionsgütermarketing auf dem Weltmarkt			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden vertiefen ihr Marketingwissen und sind auf der Basis wissenschaftstheoretischer Ansätze in der Lage, Konzepte und Maßnahmen des internationalen Marketings kritisch zu hinterfragen. Sie verstehen normativ ethische Wertungen und sind in der Lage, das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung und die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen bei der Entwicklung von Marketingkonzepten umzusetzen. <i>Können:</i> Die Studierenden erkennen Chancen und Risiken auf internationalen Absatzmärkten und können diese für ein erfolgreiches Auslandsengagement nutzen. Sie können das Marketing international operierender Konsumgüterhersteller im Hinblick auf Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung analysieren und eine Marketing-Konzeption mit länderübergreifender Differenzierung wie auch Standardisierung erarbeiten. Sie sind in der Lage, auf Erkenntnissen internationaler Marktforschungsstudien aufzubauen und eigenständig länderübergreifende Marktforschung zu konzipieren. Des Weiteren sind sie befähigt, die Marketingbesonderheiten von Unternehmen auf international orientierten B-to-B-Märkten zu erarbeiten. Dies gilt sowohl für das strategische wie für das operative Marketing bis hin zur Koordination mit Vertriebsaufgaben.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Corporate Social Responsibility und Shared Value Konzepte • Nachhaltigkeit im Marketing • Besonderheiten internationaler Unternehmungen • Strategisches Marketing-Management im internationalen Kontext • Internationalisierung des Konsumverhaltens • Länderübergreifende Marktforschung • Internationale Markenführung • Geschäftstypenspezifisches Marketing • Industrielles Kaufverhalten und Industriemarktforschung • Internationaler Vertrieb 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 des Marketing werden erwartet.
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Susanne Stark
10	Pflichtliteratur <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 Zusätzlich empfohlene Literatur <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 Weitere Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 8: International Sales Management				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Sales Management b) Selected Target Markets and Industries			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden verstehen die wesentlichen Herausforderungen, denen produzierende Unternehmen im internationalen Vertrieb gegenüberstehen. Darüber hinaus lernen Sie die gängigen Vertriebsstrategien und -instrumente kennen, die Unternehmen im internationalen Vertrieb in Reaktion auf dieser Herausforderungen einsetzen können. Zum anderen werden ihnen Kenntnisse über die Zielmärkte ausgewählter Branchen und die für diese relevanten Standortfaktoren vermittelt. Sie verstehen, welche Bedeutung Standortfaktoren von der Länderebene über die regionale bis hin zur kommunalen Ebene für die Standortentscheidung von Unternehmen aus einzelnen Branchen haben. <i>Können:</i> Die Studierenden erkennen Schwachstellen einer internationalen Vertriebsorganisation und -strategie und können geeignete Verbesserungsvorschläge entwickeln. Weiterhin können Sie ausgewählte konzeptionelle Tätigkeiten im Vertriebsbereich wahrnehmen, wie beispielsweise die Erstellung eines Key Account Plans oder eine Analyse der wesentlichen Vertriebskennziffern. Sie können ausgewählte Zielmärkte sowie Rohstoff-, Güter- oder Dienstleistungsmärkte analysieren und dabei innerhalb der Raumsysteme/Rahmenbedingungen angemessen agieren und reagieren.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none">• Aufbau eines internationalen Distributionssystems• Management von internationalen Vertriebspartnern• Management internationaler 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 Klausur (120 Min.) Für den Bereich Sales Management; Es besteht die Möglichkeit der Anrechnung einer freiwilligen Vorleistung gem. § 9a der MRPO in Höhe von 5 Prozentpunkten.			

	Die entsprechende Leistung wird in den ersten 3 Veranstaltungswochen festgelegt.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende a) Prof. Dr. Ralf Schlottmann b) Prof. Dr. Hubertus Austermann
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Homburg, Ch.; Schäfer, H.; Schneider, J.: Sales Excellence, 8. Auflage, Wiesbaden 2016 • 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 Managesment, Tenth Edition, Harlow UK 2015 • Opresnik, M.: The hidden rules of successful negotiation, 2014 • Payne, A.: Handbook of CRM – Achieving excellence incustomer management, New York 2008 <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 9: Production and Logistics Management (E)				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
180 h	6	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Sommersemester	1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Produktions- und Logistikmanagement			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden verstehen die gewachsene Bedeutung von Produktion, Logistik und des Supply Chain Managements (SCM) im internationalen Umfeld sowie deren Zusammenhang mit den quantitativen Methoden des Operations Management. Sie kennen die grundlegenden 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. <i>Können:</i> Die Studierenden können die strategische Positionierung in komplexen globalen Lieferketten auf der Grundlage theoretischer Erklärungsansätze kritisch analysieren. Sie sind in der Lage, Planungsprobleme in der Produktion und der Supply Chain zu analysieren, strukturieren und modellieren sowie diese mit adäquaten Methoden zu lösen. Bewertungskriterien aus einer Nachhaltigkeitsperspektive werden dabei geeignet berücksichtigt.			
3	Inhalte <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 Referat mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Andreas Merchiers			
10	Pflichtliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Vahrenkamp, Richard: Produktionsmanagement, Oldenbourg 			

Wissenschaftsverlag GmbH

- Schuh, Stich: Logistikmanagement: Handbuch Produktion und Management, VDI-Springer

Empfohlene Literatur

- 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.

Vertiefungsmodule Personalmanagement

Modul 10: Internationales Personalmanagement (Recruiting, PE)				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Sommersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Personalrekrutierung im globalen Umfeld b) Personalentwicklung im globalen Umfeld			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in den Bereichen Personalbeschaffung und -marketing und Personalentwicklung und lernen sie unter Berücksichtigung von kulturellen Besonderheiten auf internationale Anforderungen zu übertragen. Sie erweitern ihre Kenntnisse in Bezug auf Besonderheiten im internationalen Kontext. <i>Können:</i> Die Studierenden können Methoden und Instrumente im internationalen Kontext unter Berücksichtigung der Personalstrategie anwenden. Sie sind in der Lage, generationengerecht und branchenspezifisch Personalbeschaffungs- und entwicklungs-konzepte umzusetzen. Sie berücksichtigen Aspekte der Internationalität und Interkulturalität zielführend. Sie können unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie Gestaltungsmöglichkeiten zutreffend einschätzen und nutzen.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der internationalen Personalbeschaffung • Bewerberauswahlverfahren im interkulturellen Kontext • Stärken und Schwächen des E-Recruitings • Eignungsdiagnostische Verfahren • Employer Branding, internes und externes Personalmarketing • Soziale Netzwerke im Kontext internationaler Personalbeschaffungsstrategien • Methoden und Instrumente der Personalentwicklung im internationalen Vergleich • Talentmanagement, Potenzialanalysen • Generation Babyboomer, X und Y • Diversity • Vorbereitung und Begleitung von Auslandseinsätzen • Nachhaltige Beschäftigung 			
4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut und enthält Fallstudien			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Personalmanagement werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit mündlicher Prüfung			

7	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung</p>
8	<p>Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3</p>
9	<p>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Margit Geiger</p>
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scholz, C.: Personalmanagement, München, neueste Auflage • Berthel, J.: Personal-Management, Stuttgart, neueste Auflage <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • BDC-Studie: Generation Pippi Langstrumpf – Auch im OP?, Berlin 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 • Parment, A.: Die Generation Y, Wiesbaden, neueste Auflage • Thomas, A./Schroll-Machl, S./Kammhuber, S.: Handbook of Intercultural Communication and Cooperation: Basics and Areas of Application, neueste Auflage <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Modul 11: Personalmanagement im Fokus von Globalisierung, Digitalisierung und Agilität				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Personalmanagement im Wandel – Herausforderungen in der digitalen Arbeitswelt			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden kennen die Herausforderungen an das Personalmanagement in einer Arbeitswelt mit zunehmender Digitalisierung (Arbeit 4.0) und Internationalisierung. Sie reflektieren Personalmanagementkonzepte wertebezogen, demografisch und vor dem Hintergrund einer zunehmenden vielfältigen Belegschaft in neuen Arbeitswelten. Sie vertiefen ihre Fachkompetenz in HR-Fragen und den Umgang mit „virtuellen Teams“ in Unternehmen mit mehreren Standorten in verschiedenen Ländern. <i>Können:</i> Die Studierenden erkennen die unterschiedlichen Facetten des Personalmanagements in internationalen Unternehmen und die sich daraus ergebenden Konsequenzen. Sie können zielgerichtet Maßnahmen ableiten bzw. ergreifen.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens und Personalstrategie • Handlungsfelder eines demographieorientierten HR-Managements (Personalplanung Altersstrukturanalysen) • Employer Branding, E-Recruiting • Herausforderung im Bereich Personalentwicklung (Führen im Generationenmix, Digital Leadership, Potenzialanalysen) • Agilität • Silver People Management • Moderne Arbeitskonzepte, Flexible Arbeitszeitmodelle, Lebensarbeitszeitmodelle • Lebensphasenorientierte und altersgerechte Arbeitsorganisation • Outplacement, Newplacement • Innovative Vergütungssysteme • Virtuelle Teams 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Personalmanagement werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			

	Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Margit Geiger
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Scholz, C.: Personalmanagement, München, neueste Auflage <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • BDC-Studie: Generation Pippi Langstrumpf – Auch im OP?, Berlin neueste Auflage • Lippmann, E.: Coaching, neueste Auflage • Parment, A.: Die Generation Y, Wiesbaden, neueste Auflage • Voelpel, S.: Herausforderung 50 plus: Konzepte zum Management der Aging Workforce: Die Antwort auf das demographische Dilemma, neueste Auflage <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p>

Modul 12: Internationales Arbeits- und Gesellschaftsrecht				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
		a) 2 SWS / 30 h b) 2 SWS / 30 h	a) 60 h b) 60 h	25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Vergleichendes Gesellschaftsrecht b) Vergleichendes Arbeitsrecht			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden werden für arbeits- und gesellschaftsrechtliche Besonderheiten im internationalen Kontext sensibilisiert. Sie erhalten einen Überblick über die in den unterschiedlichen Rechtskreisen vorherrschenden typischen Regelungen. <i>Können:</i> Die Studierenden können gesellschaftsrechtliche und arbeitsrechtliche Gestaltungsmöglichkeiten im internationalen Kontext zutreffend einschätzen und nutzen. Sie erkennen insofern sowohl rechtliche Gestaltungsspielräume als auch Grenzen.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Vergleichende Betrachtung von Strukturmerkmalen verschiedener Gesellschaftsformen im Hinblick auf die Rechtsordnungen wichtiger Industrienationen • Vergleichende Betrachtung arbeitsrechtlicher Fragestellungen verschiedener wichtiger Industrienationen. 			
4	Lehrformen Die Veranstaltungen ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse im Wirtschaftsrecht werden vorausgesetzt.			
6	Prüfungsformen Referat mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Eva Waller; Prof. Dr. Reinhard Kohl			
10	Grundlagenliteratur <ul style="list-style-type: none"> • Breidenbach (Hrsg.), Handbuch Wirtschaft und Recht in Osteuropa, neueste Auflage • Brox/Rüthers/Henssler, Arbeitsrecht, neueste Auflage • Dütz/Thüsing, Arbeitsrecht, neueste Auflage 			

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Koch/Magnus/Winkler von Mohrenfels, IPR und Rechtsvergleichung, neueste Auflage• Thüsing, Europäisches Arbeitsrecht, neueste Auflage• Windbichler, Gesellschaftsrecht, neueste Auflage <p>Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.</p> |
|--|

Vertiefungsmodule International Economics and Finance

Modul 13: International Finance				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen International Finance			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Teilnehmer entwickeln ein bzw. vertiefen ihr theoretisches Verständnis für Finanzmärkte, Unternehmensfinanzierung und Unternehmensinvestitionen im internationalen Kontext und lernen institutionelle Rahmenbedingungen der internationalen Finanzwirtschaft kennen. <i>Können:</i> Die Teilnehmer können nach erfolgreichem Abschluss auf der Grundlage des Cash Flow Statements Finanzplanungen erstellen und Finanzkontrollen vornehmen sowie verschiedene Verfahren der Wirtschaftlichkeitsrechnung anwenden. Sie sind in der Lage, die besonderen Herausforderungen von internationalen Unternehmen (z.B. unterschiedliche Währungen) zu berücksichtigen.			
3	Inhalte <ol style="list-style-type: none"> 1. Direkte Unternehmensfinanzierung (ohne Zwischenschaltung von Finanzintermediären) <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Eigenfinanzierung und Fremdfinanzierung 1.2. Standardfinanzierung und Emissionsfinanzierung 1.3. Internationale Besonderheiten bei der direkten Unternehmensfinanzierung 2. Unternehmensinvestitionen und Wirtschaftlichkeitsrechnung; Sustainable Investments 3. Indirekte Unternehmensfinanzierung (unter Zwischenschaltung von Finanzintermediären, insbesondere Kreditinstituten und Versicherungsunternehmen) <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Allgemeine Theorie der Tauschverträge 2.2. Spezielle Theorie der Finanzierungsverträge 2.3. Allgemeine Theorie der Intermediation 2.4. Spezielle Theorie der Finanzintermediation <ol style="list-style-type: none"> 2.4.1 Kreditinstitute 2.4.2 Versicherungsunternehmen 2.5. Internationale Besonderheiten bei der indirekten Unternehmensfinanzierung 			
4	Lehrformen Seminaristische Lehrveranstaltung			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse in Finanzierung und Buchhaltung werden erwartet.			

6	Prüfungsformen Klausur (120 Min)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mindestens mit „ausreichend“ bewertete Gesamtprüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Dirk Kaiser
10	Grundlagenliteratur <ul style="list-style-type: none">• Brealey, R.A./Myers, S.C./ Allen, F.: Principles of Corporate Finance, 12th edition, Boston et al: McGraw-Hill (2016).• Kaiser, D.: Finanzintermediation durch Banken und Versicherungen. Die theoretischen Grundlagen der Bankassurance, Wiesbaden: Gabler (2006).• Kaiser, D.: Treasury Management. Betriebswirtschaftliche Grundlagen der Finanzierung und Investition, 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Gabler (2011).• Kaiser, D.: Advanced Treasury Management. Finanzierung und Investition für Fortgeschrittene, Wiesbaden: Springer Gabler (2013). Weitere Literaturhinweise werden zu Beginn des Semesters gegeben.

Modul 14: The Global Economy				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
a) 90 h b) 90 h	a) 3 b) 3	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Wintersemester	1 Semester
		Kontaktzeit a) 30 h b) 30 h	Selbststudium a) 60 h b) 60 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen a) Currency systems and international financial institutions b) Emerging markets and developing economies			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen, Grundlagen der internationalen Makroökonomik auf Probleme der internationalen Währungspolitik (z.B. Wahl des Wechselkursregimes, Reform der europäischen Währungsunion, Umgang mit Ungleichgewichten in Leistungs- und Kapitalbilanzen) anzuwenden. Sie verstehen die speziellen Herausforderungen, die eine unternehmerische Tätigkeit in Emerging Markets und Entwicklungsländern bzw. Schwellenländern mit sich bringt. Sie kennen das Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung und die Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. <i>Können:</i> Die Studierenden können die Risiken, die mit Wechselkursschwankungen sowie Finanz- und Währungskrisen verbunden sind, einschätzen und entsprechende Maßnahmen ergreifen. Sie sind in der Lage, bei unternehmerischen Entscheidungen die Besonderheiten von Schwellen- und Entwicklungsländern im Vergleich zu den hochentwickelten Volkswirtschaften (OECD) angemessen zu berücksichtigen und die Voraussetzungen für die nachhaltige Entwicklung von Volkswirtschaften zu identifizieren.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Währungssysteme und Wechselkurse • Internationale Güter- und Finanzmärkte • Währungs- und Finanzkrisen • Aufbau und Probleme der europäischen Währungsunion • Development economics • Entwicklungspolitik und Entwicklungszusammenarbeit • Nachhaltige Entwicklung 			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse der Makroökonomie werden erwartet.			
6	Prüfungsformen Klausur (120 Min.)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			

8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg
10	Grundlagenliteratur <ul style="list-style-type: none">• Chang, H.-J. (2007): The East Asian Development Experience: The Miracle, the Crisis and the Future, Zed Books• De Janvry, A. & E. Sadoulet (2016): Development Economics: Theory & Practice, Routledge• Krugman, P./Obstfeld, M./Melitz, M. (2012): International Economics: Theory & Policy, neueste Aufl., global ed., Boston u.a.O. Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.

Modul 15: Internationales Controlling				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Internationales Controlling			
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p><i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden kennen und verstehen den Inhalt, den Aufbau und die Aufgaben des internationalen Controllings. Sie kennen die Möglichkeiten der Koordination dezentraler Unternehmensbereiche, der zielorientierten Unternehmenssteuerung und die Ausgestaltungsmöglichkeiten des Risikomanagements.</p> <p>Darüber hinaus wird Ihnen deutlich, dass die herkömmlichen Methoden und Techniken des internen Rechnungswesens gerade in großen, international tätigen Unternehmen unzureichend sind und durch neuere Ansätze zu ergänzen sind. Diese sollen die Studierenden kennen und beurteilen können.</p> <p><i>Können:</i> Die Studierenden haben die Fähigkeit erworben, zielorientierte Steuerungsstrategien zu entwickeln, zu bewerten und deren Wirksamkeit durch spezifische Kontrollansätze zu überprüfen. Sie können ein adäquates Konzept für ein Risikomanagement im internationalen Kontext entwickeln. Gerade in strategischen Problembereichen haben Sie gelernt, Lösungsansätze durch neuere Ansätze der Kostenrechnung zu entwickeln.</p>			
3	<p>Inhalte</p> <p>(1) Zielorientierte Unternehmenssteuerung im internationalen Kontext</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planung, Steuerung und Kontrolle international tätiger Unternehmen • Wertorientierte Unternehmenssteuerung • Aufgaben, Organisation und Methoden des Risikocontrollings • Methodik der Unternehmensdiagnose <p>(2) Strategic Cost Accounting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prozesskostenrechnung • Zielkostenrechnung • Produktlebenszykluskostenrechnung • Konstruktionsbegleitende Kalkulation 			
4	Lehrformen Die Veranstaltung ist seminaristisch aufgebaut			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine. Grundkenntnisse des Controllings werden erwartet.			
6	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (120 Min.)</p> <p>Es besteht die Möglichkeit der Anrechnung einer freiwilligen Vorleistung gem. § 9a der MRPO in Höhe von 10 Prozentpunkten.</p>			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			

	Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Stellenwert der Note für die Endnote 6/30*0,3
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dr. Bernd Weiß</u>
10	<p>Pflichtliteratur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hoffjan, A.: Internationales Controlling, Stuttgart 2009 • Rüth, D. : Kostenrechnung, Band II , 2. Aufl., München 2013 • Wolke, T.: Risikomanagement, 2. Aufl., München/Wien 2008 <p>Empfohlene Literatur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ehrlenspiel, K. u.a. Kostengünstig Entwickeln und Konstruieren, 6.Aufl., Berlin-Heidelberg-New York 2007 • Mensch, G.: Finanz-Controlling. Finanzplanung und -kontrolle, 2. Auflage, München, Wien 2008 • Pfaff, D./Skiera, B./Weiss, J.: Financial Supply Chain Management, Bonn 2004 • Rappaport, A.: Shareholder Value. Wertsteigerung als Maßstab für die Unternehmensführung, übersetzt von W. Klien, Stuttgart 1995

Freie Vertiefungsmodule

Modul 16: Operations Research				
Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
180 h	6	1. oder 2. Semester	Jeweils zum Sommersemester	1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Operations Research			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen ökonomische Problemstellungen zu modellieren und algorithmisch zu lösen. Sie lernen die vielfältigen Möglichkeiten kennen, Optimierungs- und Entscheidungsprobleme formal zu beschreiben. Vernetztes ökonomisches Denken und der Umgang mit multiplen Zielsetzungen, die insbesondere im Zusammenhang mit Themen der Nachhaltigkeit auftauchen, werden trainiert. <i>Können:</i> Die Studierenden können adäquate Methoden zur Lösung der gestellten Aufgaben einsetzen. Sie bedienen sich hierzu unterschiedlicher (theoretischer) mathematisch basierter Ansätze, wobei sie deren Übertragbarkeit auf die betriebliche Praxis einzuschätzen wissen.			
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Lineare Optimierung und Dualität • Graphentheorie und Netzplantechniken • Spieltheorie • Multivariate statistische Methoden in der Marktforschung 			
4	Lehrformen Seminar; Studierende erarbeiten Vorträge und Aufgaben			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine die über den normalen Umfang eines Bachelorstudiums hinausgehen			
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Nikolaus Wolik; Prof. Dr. Waike Moos; Prof. Dr. Thomas Skill			
10	Grundlagenliteratur Werners, Brigitte: Grundlagen des Operations Research, neueste Auflage Aktuelle Literaturhinweise erfolgen zu Beginn des Semesters.			

Modul 17: Forschungsprojekt				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester (bei Bedarf)	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße 10 Studierende
1	Lehrveranstaltungen Projekt/ Forschendes Lernen			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden lernen, sich in einem Team intensiv mit einem Projekt/Forschungsvorhaben auseinanderzusetzen und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. <i>Können:</i> Die Studierenden sind in der Lage, Methoden der wissenschaftlichen Forschung in einem konkreten Projekt anzuwenden und ein Forschungsprojekt zu konzipieren, zu bearbeiten und durchzuführen.			
3	Inhalte Die Studierenden bearbeiten in einem oder mehreren Teams ein aktuelles Projekt auf wissenschaftlichem Niveau oder ein Forschungsvorhaben. Es kann sich um ein Projekt für ein(e) oder mit einem Unternehmen/einer Institution oder um ein Forschungsvorhaben (z.B. eine empirische Untersuchung) handeln.			
4	Lehrformen Teamarbeit			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine			
6	Prüfungsformen Hausarbeit mit mündlicher Prüfung			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Professoren des Fachbereichs			
10	Grundlagenliteratur Vertiefende Fachliteratur je nach Aufgabenstellung des Projektes/ des Forschungsvorhabens			

Modul 18: Deutsch als Fremdsprache				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester (bei Bedarf)	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße je nach Bedarf
1	Lehrveranstaltungen Deutsch als Fremdsprache			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden sind darauf vorbereitet, in deutscher Sprache mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten, Kollegen und Mitarbeitern erfolgreich zu kommunizieren. <i>Können:</i> Aufbauend auf dem Ausgangsniveau erweitern die Studierenden ihren Wortschatz und ihre Grammatikkenntnisse. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, sich in deutscher Sprache zu verständigen.			
3	Inhalte Die Studierenden wählen abhängig von ihren bereits vorhandenen Sprachkenntnissen einen passenden Sprachkurs.			
4	Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übungen, Gruppenarbeiten			
5	Teilnahmevoraussetzungen Keine			
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 $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg			
10	Grundlagenliteratur Abhängig vom jeweils gewählten Sprachkurs			

Modul 19: Ruhr Master School				
Workload 180 h	Credits 6	Studiensemester 1. oder 2. Semester	Häufigkeit des Angebots unregelmäßig	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit 4 SWS / 60 h	Selbststudium 120 h	geplante Gruppengröße in Abhängigkeit vom Angebot
1	Lehrveranstaltungen Wahl aus verschiedenen Lehrveranstaltungen im Rahmen der Ruhr Master School			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Aus dem Wahlkatalog der Ruhr Master School kann aus einem breiten Angebot gewählt werden. Der Wahlkatalog bietet Module zu unterschiedlichen Studien- und Forschungsfeldern der Wirtschaftswissenschaften. Fachliche Exkurse fördern die Fähigkeit der interdisziplinären Arbeitsweise. Der Wahlpflichtkatalog wird von Semester zu Semester ergänzt und angepasst, sodass immer wieder neue und aktuelle Themengebiete bearbeitet werden können. Welche der Module jeweils für den Master International Management anerkannt sind, wird auf der Homepage der Ruhr Master School www.ruhrmasterschool.de veröffentlicht.			
3	Inhalte Siehe jeweilige Modulbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs der Ruhr Master School.			
4	Lehrformen Siehe jeweilige Modulbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs der Ruhr Master School.			
5	Teilnahmevoraussetzungen Siehe jeweilige Modulbeschreibung aus dem Katalog der Ruhr Master School.			
6	Prüfungsformen Siehe jeweilige Modulbeschreibung aus dem ausgewähltem Angebot des Katalogs der Ruhr Master School.			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung			
8	Stellenwert der Note für die Endnote $6/30 \cdot 0,3$			
9	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Tobias Kronenberg / wechselnde Dozentinnen und Dozenten (je nach Modul)			
10	Empfohlene Literatur Zu Beginn des Seminars wird von der/dem jeweiligen Dozentin/Dozenten eine Literaturliste zur Verfügung gestellt.			

Auslandssemester

Modul 20: Auslandsstudiensemester				
Workload	Credits 30	Studiensemester 3. Semester	Häufigkeit des Angebots Jeweils zum Sommer- und Wintersemester	Dauer 1 Semester
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	Lehrveranstaltungen Auslandsstudiensemester			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <i>Wissen und Verstehen:</i> Die Studierenden vertiefen die im bisherigen Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten - insbesondere in der jeweiligen Fachrichtung. <i>Können:</i> Die Studierenden wenden ihre erworbenen Kenntnisse in einer fremdsprachigen Umgebung an; sie verfügen über interkulturelle Kompetenz.			
3	Inhalte Das Auslandsstudiensemester muss im Rahmen eines wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengangs absolviert werden. Im Auslandsstudiensemester haben die Studierenden mindestens 5 ECTS aus den Bereichen Wirtschaftspolitik und Unternehmensführung sowie der gewählten Fachrichtung zu erbringen.			
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.			

Masterarbeit

Modul 21: Masterarbeit				
Workload	Credits a) 25 b) 5	Studiensemester 4. Semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
		Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße
1	Lehrveranstaltungen a) Masterarbeit b) Kolloquium			
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Mit der Masterarbeit soll der/die Studierende zeigen, dass er/sie in der Lage ist, ein Problem aus dem entsprechenden Fachgebiet auf wissenschaftlicher Grundlage in vorgegebener Zeit selbständig zu erarbeiten. Das Kolloquium ergänzt die Masterarbeit. Es dient der Feststellung, ob die Kandidatin / der Kandidat in der Lage ist, die Ergebnisse der Masterarbeit mündlich darzustellen, selbständig zu vertreten und ihre Bedeutung einzuschätzen sowie in ihre interdisziplinären Zusammenhänge einzuordnen und außerfachliche Bezüge herzustellen.			
3	Inhalte Schriftliche, unter Beachtung formaler Kriterien, wissenschaftliche Arbeit, die mindestens 80 Textseiten umfassen sollte.			
4	Lehrformen			
5	Teilnahmevoraussetzungen Zur Masterarbeit kann im vierten Studiensemester zugelassen werden, wer in den ersten drei Studiensemestern mindestens 78 ECTS-Punkte erreicht hat. Im dritten Semester kann auch zur Masterarbeit zugelassen werden, wer das Auslandsstudiensemester im vierten Semester absolvieren wird, wenn 60 ECTS im ersten Studienjahr erreicht wurden.			
6	Prüfungsformen Masterarbeit und Kolloquium			
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. Tobias Kronenberg. Die Masterarbeit kann von allen Lehrenden im Studiengang „International Management“ betreut werden. Die Master-Rahmenprüfungsordnung ist zu beachten.			