



# Modulhandbuch für den Studiengang

## General Management (GM) Master of Business and Administration

### HTWG Konstanz

**Nach SPO Nr. 3**

( Version nach Amtsblatt Nr. 93 | Senat 09.07.2019 )

Stand: T00:00:00Z

**Gültig ab Sommersemester 2022**

## Inhalt

Das Modulhandbuch erläutert die Zulassungs-, Studien- und Prüfungsordnung vom 12. Dezember 2017, SPO-Nr. 3 | Version nach Amtsblatt Nr. 93 | Senat 09. Juli 2019

## Einordnung

Das Modulhandbuch erläutert die Studien- und Prüfungsordnung des berufsbegleitenden Studiengangs General Management näher, sie gibt detaillierte Auskünfte zu den Modulen, Lehrveranstaltungen und Prüfungen, die im Studiengang vorgesehen sind. In Zweifelsfällen geht daher immer die SPO vor.

## Legende

Das Master-Studium General Management ist ein nicht-konsekutiver, stärker anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studium, das auf einem ersten berufsqualifizierenden Hochschulgrad oder auf einem als gleichwertig eingestuften Abschluss aus dem In- und Auslang aufbaut.

In erster Linie sollen Personen angesprochen werden, die kein wirtschaftswissenschaftliches Erststudium haben und über mindestens eine einjährige Berufserfahrung verfügen.

## Abkürzungen

SWS	=	Semesterwochenstunden
ECTS	=	European Credit Transfer System
PM	=	Pflichtmodul
WPM	=	Wahlpflichtmodul
GS	=	Grundstudium
HS	=	Hauptstudium
V	=	Vorlesung
Ü	=	Übung (mit Betreuung)
LÜ	=	Laborübung
W	=	Workshop, Seminar
P	=	Praktikum
E	=	Exkursion
PSS	=	Integriertes praktisches Studiensemester
Kx	=	Klausur (x = Dauer in Minuten)
Mx	=	Mündliche Prüfung (x = Dauer in Minuten)
R	=	Referat
SP	=	sonstige schriftliche oder praktische Arbeit
AB	=	Ausarbeitungen/Berichte
LP	=	Labor-/Programmierarbeiten
PR	=	Präsentation
TE	=	Testat
PJ	=	Projekt

## Dokumentinformation

Version: SPO Nr. 3 | Version nach Amtsblatt Nr. 93 | Senat 09.07.2019

Stand: T00:00:00Z

Editors: Prof. Dr. Annette Kleinfeld

INdigit: Automatisch generiert am 13.01.2022 um 10:50 Uhr

# **Aufbau des Studiengangs General Management (Master of Business and Administration) für Studierende mit Studienbeginn ab Sommersemester 2022:**

<b>Modul 1</b>		<b>Unternehmensführung in Marktwirtschaften</b>		
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand
Prof. Dr. A. Kleinfeld	SS, WS	GM-UFM	8	240 h
	Dauer	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium
	2 Semester	8	120 h	120 h

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensemester	SPO-Version / Jahr
GM	MBA	PM	1	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkennntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Püfungsleistungen des Moduls		Benotete Prüfung	Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	M30		
	<b>Modulteilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Die Studierenden kennen die Funktions- und Überlebensbedingungen privatwirtschaftlicher Unternehmen unter marktwirtschaftlichen Bedingungen. Sie sind in der Lage, aktuelle Diskussionen wirtschaftlicher Entwicklungen nachzuvollziehen und deren Relevanz für das eigene Unternehmen zu beurteilen. Sie können ihr Wissen einsetzen, um das wirtschaftliche Umfeld besser einschätzen zu können sowie um Auswirkungen ökonomischer Veränderungen auf unternehmerische Entscheidungsprozesse vorwegzunehmen.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen</b> Die Studierenden sind in der Lage, den theoretischen Bezugsrahmen der Unternehmensplanung zu überblicken, eine kritische Auswahl unter den relevanten Planungs- und Kontrollkonzepten durchzuführen, die Methoden und Verfahren problemadäquat einzusetzen und die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen zu erkennen. Sie bekommen Einsicht in die Wirkungsweise integrierter Planungs- und Kontrollsysteme, erkennen den Gesamtzusammenhang eines unternehmerischen Planungs- und Kontrollsystems, kennen die Differenzierung zwischen operativen und strategischen Planungen und kennen strategische Unternehmensführung als zentrales Handlungskonzept im internationalen Wettbewerb.</p> <p><b>Fächerübergreifende Kompetenzen</b> Sie können Techniken und Instrumente vergleichen sowie Verbesserungen in die Unternehmenspraxis umsetzen.</p>
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

Teilmodul Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt

<b>WertE-, Wertorientierte und Wertschöpfende Unternehmensführung</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld / Prof. Dr. F. Best / Prof. Dr. M. Hadamitzky	V, Ü	2	2	<p>WertE-orientierte Unternehmensführung: Die Studierenden verstehen Corporate (Social) Responsibility als einen strategischen und operativen Erfolgsfaktor zeitgemäßer Unternehmensführung im 21. Jhd. Sie erwerben das Verständnis für die Bedeutung von Werten kollektiver Akteure (Unternehmen und Organisationen) als Teil der Gesellschaft. Sie erwerben die Fähigkeit zur Operationalisierung und Implementierung von WerteManagementSystemen als Beitrag zu einem effektiven Compliance- bzw. Integritätsmanagement ebenso wie zur Gestaltung der Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft mithilfe eines ganzheitlichen C(S)R und Verantwortungsmanagements.</p> <p>Wertorientierte Unternehmensführung: Die Studierenden erkennen die systemischen Zusammenhänge betriebswirtschaftlicher Entscheidungen, treffen unternehmerische Entscheidungen unter Unsicherheit und wenden betriebswirtschaftliche Steuerungsinstrumente an.</p> <p>Wertschöpfende Unternehmensführung: Im Rahmen der Veranstaltung lernen die Studentinnen und Studenten die prozessualen, methodischen und organisatorischen Grundlagen einer wertschöpfungsorientierten Managementkonzeption kennen. Sie machen sich insbesondere mit der Analyse von Wertschöpfungsstrategien, der wertorientierten Erfolgsmessung und der Verbesserung des Unternehmenswertes durch ein ganzheitliches Wertkettenmanagement vertraut. Die Vertiefung der Lehrinhalte erfolgt anhand begleitender Fallstudien in den Teilmodulen Wertschöpfungsmanagement 1 &amp; 2.</p>
<b>Volkswirtschaftliche Rahmenbedingungen</b> PD Dr. habil. C. Fahrholz	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der ökonomischen Analyse</li> <li>- Internationalisierung Waren- und Kapitalströmen aus der Unternehmensperspektive</li> <li>- Internationalisierung der Arbeits- und Kapitalmärkte und ihre Rückwirkungen auf unternehmerische Produktionskosten/-strukturen</li> <li>- Vertikale bzw. horizontale Integration und Outsourcing-Strategien in der internationalisierten Produktion</li> <li>- Die Rolle der Finanzmärkte für die Finanzierung unternehmerischer Investitionspläne</li> <li>- Diskussion aktueller Trends und Themen</li> </ul>
<b>Strategisches Management</b> Prof. Dr. W. Fees	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- System, Prozesse, Modelle der operativen Planung und Kontrolle</li> <li>- Konzepte, Prozesse, Aufgaben des strategischen Managements</li> <li>- Strategische Unternehmensziele</li> <li>- Instrumente der strategischen Planung und Kontrolle</li> <li>- Implementierung von Strategien</li> <li>- Strategie und Wettbewerbsfähigkeit</li> </ul>
<b>Controlling</b> Prof. Dr. O. Hoffmann	V, Ü	2	2	<p>Das Aufgabenspektrum des Controllings Planung, Kontrolle, Berichtswesen Der Controller in der Organisation</p>

<b>Literatur/Medien</b>	<p>Drucker, P.F.: Die Kunst des Managements, München 2000 Kets de Vries, M.: Das Geheimnis erfolgreicher Manager, München 2002 Malik, F.: Systemisches Management, Evolution, Selbstorganisation, 5., überarb. Aufl., Bern 2009 Mankiw, N. C.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre (5. Auflage) Stuttgart 2012 Schäfer Poeschel Steinmann, H. / Schreyögg, C.: Management, 6. Auflage, Gabler Verlag Wiesbaden 2005 Peters, G. / Pfaff, D.: Controlling, Versus Verlag Zürich 2008 Johnson, G. / Scholes, K. / Whittington, R.: Exploring Corporate Strategy, Text &amp; Cases, 9th edition, Pearson/ Prentice Hall 2010 Lombriser, R. / Abplanalp, P.A.: Strategisches Management, Versus Verlag Zürich 2005 Müller-Stewens, G. / Lechner, C.: Strategisches Management, 5. Auflage, Schäfer Poeschel, Stuttgart 2016 Malik, F.: Führen, Leisten, Leben, DVA Verlag 2004 Weber, Jürgen : Einführung in das Controlling, 11. Auflage, Stuttgart 2008</p>		
<b>Sprache</b>	Deutsch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 2</b>	<b>Wertorientiertes Management</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. W. Volz	SS, WS	GM-FM	8	240 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	2 Semester	8	120 h	120 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	1	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	K180		
	<b>Modulteilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Die Studierenden erkennen und verstehen Motive und Ziele der internen und externen Rechnungslegung. Sie werden befähigt die Strukturelemente, die Aufgaben, die Prinzipien und Methoden der internen und externen Rechnungslegung in die Praxis umzusetzen. Insbesondere werden sie befähigt im Rahmen des externen Rechnungswesens die Buchungstechnik, die Fragen der Bewertung, die Erstellung des Jahresabschlusses, die Inhalte von Anhang und Lagebericht, die Wirkungen von Verhaltensoptionen bei der Bilanzierung sowie einfache Bilanzanalyse durchzuführen. Die Studierenden werden vertraut mit den wichtigsten Einsatzbereichen und zentralen Fragestellungen des internen Rechnungswesens. Sie sind in der Lage, den Aufgabenbereich und die Ziele der Kostenrechnung zu erfassen, die kritischen Annahmen der Kostenrechnung zu identifizieren, die Methoden und Verfahren problemadäquat einzusetzen sowie die Schnittstellen zu anderen betrieblichen Funktionsbereichen zu erkennen. Die Studierenden können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der wirtschaftlichen Beurteilung von Prozessen und Ergebnissen, bei der Ermittlung von Angebotspreisen für Kunden, bei Fragen nach Preisober-/untergrenzen sowie bei Planungsaufgaben.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen</b> Weiterhin lernen die Studierenden die Investitionsrechnung als Entscheidungsmodell der internen Unternehmensrechnung kennen. Sie werden befähigt, die statischen und dynamischen Investitionsrechenverfahren einzusetzen und setzen sich mit den Grenzen ihrer Umsetzung in der Praxis auseinander. Die Studierenden beherrschen Fragen der Vorteilhaftigkeit und Vorziehenswürdigkeit von Investitionsentscheidungen insbesondere auch unter Berücksichtigung von Steuern und Inflation. Die Studierenden können mithilfe von Investitionsrechenverfahren betriebswirtschaftliche Entscheidungen quantitativ belegen und werden befähigt den Kapitalwert und den internen Zinsfluss im Rahmen anwendungsorientierter Investitionskalküle zu berechnen.</p>
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
---------------------------	------------	------------	-------------	-------------------

<b>Rechnungswesen 1: Buchführung Jahresabschluss / Kosten- und Leistungsrechnungen</b> Prof. Dr. W. Volz	V, Ü	4	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Finanzbuchhaltung und des Jahresabschlusses</li> <li>- Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang und Lagebericht</li> <li>- Ziele und Instrumente der Bilanzpolitik – Bilanzanalyse</li> <li>- Methoden der Kostenrechnung</li> <li>- Kalkulation und Ergebnisrechnung</li> <li>- Voll- und Teilkostenrechnung</li> <li>- Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung</li> <li>- Plankostenrechnung und Kostenanalyse</li> </ul>
<b>Rechnungswesen 2: Investition und Finanzierung</b> Prof. Dr. W. Volz / Prof. Dr. A. Bertsch	V, Ü	4	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Investitionsbegriff und -arten</li> <li>- Grundprobleme der Investitionsrechnung</li> <li>- Vollständiger Finanzplan</li> <li>- Dynamische Investitionsrechenverfahren</li> <li>- Statische Investitionsrechenverfahren</li> <li>- Modellerweiterungen - Optimale Nutzungsdauer, optimaler Ersatzzeitpunkt -</li> <li>- Verfahren zur Unternehmenswertermittlung</li> <li>- Begriffliche und finanzmathematische Grundlagen - Finanzierungspolitik</li> <li>- Formen der Unternehmensfinanzierung - Kapitalstruktur und optimaler Verschuldungsgrad</li> </ul>

<b>Literatur/Medien</b>	<p><b>Blohm, Hans/Lüder, Klaus/Schaefer, Christina;</b> Investition: Schwachstellenanalyse des Investitionsbereichs und Investitionsrechnung, Vahlen Verlag, 10. Aufl., München 2012.</p> <p><b>Coenberg, Adolf;</b> Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse, Schäffer-Poeschel Verlag, 24. Aufl., Stuttgart 2016.</p> <p><b>Coenberg, Adolf;</b> Kostenrechnung und Kostenanalyse; Schäffer-Poeschel Verlag, 9. Aufl., Stuttgart 2016.</p> <p><b>Döring, Ulrich/Buchholz, Rainer;</b> Buchhaltung und Jahresabschluss, Erich Schmidt Verlag, 14. Aufl., Berlin 2015.</p> <p><b>Eisele, Wolfgang/Knobloch, Alois;</b> Technik des betrieblichen Rechnungswesens: Buchführung und Bilanzierung, Kosten- und Leistungsrechnung, Sonderbilanzen, Vahlen Verlag, 8. Aufl., München 2011.</p> <p><b>Friedl, Gunther/Hofmann, Christian/Pedell, Burkhard;</b> Kostenrechnung: Eine entscheidungsorientierte Einführung; Vahlen Verlag, 3. Aufl., München 2017.</p> <p><b>Gräfer, Horst/Schiller, Bettina/Rösner, Sabrina;</b> Finanzierung, Erich Schmidt Verlag, 8. Aufl., Berlin 2014.</p> <p><b>Haberstock, L. (bearb. von V. Breithecker):</b> Kostenrechnung I – Einführung mit Fragen, Aufgaben, einer Fallstudie und Lösungen; 13. Aufl., Berlin 2008.</p> <p><b>Haberstock, L. (bearb. von V. Breithecker):</b> Kostenrechnung II - (Grenz-)Plankostenrechnung mit Fragen, Aufgaben und Lösungen; 10. Aufl.; Berlin 2008</p> <p><b>Heinhold, M.:</b> Kosten- und Erfolgsrechnung in Fallbeispielen; 5. Aufl., Stuttgart 2010.</p> <p><b>Kruschwitz, Lutz;</b> Investitionsrechnung, Oldenbourg Verlag, 14. Aufl., München 2014.</p> <p><b>Peemöller, Volker;</b> Praxishandbuch der Unternehmensbewertung: Grundlagen und Methoden, Bewertungsverfahren, Besonderheiten bei der Bewertung, NWB Verlag, 6. Aufl., Herne 2014.</p> <p><b>Perridon, Louis/Steiner, Manfred/Rathgeber, Andreas;</b> Finanzwirtschaft der Unternehmung, Vahlen Verlag, 17. Aufl., München 2017.</p> <p><b>Schildbach, Thomas/Stobbe, Thomas/Brösel, Gerrit;</b> Der handelsrechtliche Jahresabschluss, Verlag Wissenschaft &amp; Praxis, 10. Aufl., Sternenfels 2013.</p> <p><b>Sigloch, Jochen;</b> Rechnungslegung: Jahresabschluss nach Handels- und Steuerrecht und internationalen Standards, Unternehmensrechnung und Steuern Uni Bayreuth, 8. Aufl., Bayreuth 2011.</p> <p><b>Sigloch, Jochen/Schanz, Sebastian;</b> Unternehmensrechnung Band II – Investition, Buchmanufaktur Bayreuth, Bayreuth 2015.</p> <p><b>Sigloch, Jochen/Kramer, Frank;</b> Unternehmensbewertung, FACT Alumni Universität Bayreuth e.V., Bayreuth 2017.</p> <p><b>Weber, J.; Weißenberger, B. E.:</b> Einführung in das Rechnungswesen; 9. Aufl.; Stuttgart 2015.</p> <p><b>Walz, Hartmut/Gramlich, Dieter;</b> Investitions- und Finanzplanung: Eine Einführung in finanzwirtschaftliche Entscheidungen unter Sicherheit, Verlag Recht und Wirtschaft, 8. Aufl., Frankfurt 2011.</p> <p><b>Wöhe, Günter/Kußmaul, Heinz;</b> Grundzüge der Buchführung und Bilanztechnik, Vahlen Verlag, 9. Aufl., München 2015.</p> <p><b>Wöhe, Günter u. a.;</b> Grundzüge der Unternehmensfinanzierung, Vahlen Verlag, 11. Aufl., München 2013.</p> <p><b>Zantow, R./Dinauer, J./Schäffler, C.;</b> Finanzwirtschaft des Unternehmens: Die Grundlagen des modernen Finanzmanagements, Pearson-Verlag, 4. Aufl., Hallbergmoos 2016.</p>		
<b>Sprache</b>	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	T00:00:00Z

<b>Modul 3</b>	<b>Marktorientiertes Management</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Dr. U. K. Wissmeier	SS, WS	GM-MOM	6	180 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	6	90 h	90 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	1	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	K90		
	<b>Modulteilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Die Studierenden sind in der Lage, den Aufgabenbereich des Marketing-Managements zu erfassen, die Konzepte des Marketing-Managements und ihre Umsetzung im Unternehmen einzuschätzen sowie die Methoden und Verfahren des Marketings problemadäquat einzusetzen. Sie können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der Strukturierung und Einschätzung von Markterfordernissen für Unternehmen, bei der Konzeption und Durchführung von Strategie- und Marketingaufgaben, bei der Mitarbeit in Strategie- und Marketingprojektgruppen sowie bei der Zusammenarbeit mit Dienstleistern wie Werbeagenturen, PR-Agenturen, Marktforschungsinstituten und Unternehmensberatungen. Sie kennen die Prinzipien und Regeln von Absatzmärkten als Ausgangspunkt des Marketings, die Bedeutung von Informationen sowie der Marktforschung für Marketingentscheidungen und verstehen Aufgaben und Inhalte des Marketingkonzeptes. Sie kennen strategisches und operatives Marketing in der Theorie sowie deren Umsetzung in die Praxis und können die Möglichkeiten des Marketingcontrollings beurteilen. Die Studierenden sind in der Lage, den Aufgabenbereich der Kommunikationspolitik zu erfassen, die Kommunikationsinstrumente und ihre Umsetzung im Unternehmen einzuschätzen sowie Kommunikationsinstrumente in der Praxis einzusetzen. Sie können das Wissen und die Fertigkeiten einsetzen bei der Marketingkommunikation in Unternehmen sowie bei der Konzeption und Durchführung von Kommunikationsplänen. Sie kennen die Prinzipien und Regeln von Kommunikation als Ausgangspunkt der Marketingkommunikation und Kommunikationspolitik als eines der Marketinginstrumente und wichtiger Bestandteil des Marketing-Mix.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen</b> Die Studierenden lernen die relevanten Methoden zur systematischen Analyse und Entscheidungsfindung im Marketing-Management kennen und anwenden. Gleichzeitig werden sie dazu befähigt zu entscheiden, in welchen Fällen welche Methoden sinnvollerweise angewendet werden.</p> <p><b>Fächerübergreifende Kompetenzen</b> Die Studierenden lernen die fachübergreifende Bedeutung des marktorientierten Managements und erkennen die Überschneidungen inhaltlicher und methodischer Art zwischen unterschiedlichen Fachrichtungen, insbesondere mit der Unternehmensführung und dem internationalen Management. Sie lernen weiterhin im Unternehmenskontext die herausragende Bedeutung des marktorientierten Managements einzuordnen und Dritten zu vermitteln.</p>

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
---------------------------	------------	------------	-------------	-------------------



<b>Marketing und Marktforschung</b> Dr. U. K. Wissmeier	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Modernes Marketing und Marketingkonzept</li> <li>- Analysen für Marketingentscheidungen</li> <li>- Strategische Marketingziele und Marketingstrategien</li> <li>- Operative Marketingziele, Marketinginstrumente und Marketing-Mix</li> <li>- Marketingcontrolling - Ansätze und Methoden der Marktforschung</li> </ul>
<b>Marketing-Mix</b> Dr. U. K. Wissmeier	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing-Mix im Rahmen des Marketings</li> <li>- Die Marketing-Instrumente</li> <li>- Die besondere Bedeutung des Instruments "Kommunikationspolitik"</li> <li>- Kommunikationspolitik im Rahmen des modernen Marketing und der Marketingkonzept</li> <li>- Der Marketing-Kommunikationsprozess</li> <li>- Kommunikationsziele und -zielgruppen</li> <li>- Kommunikationsinstrumente und Kommunikations-Mix</li> <li>- Kommunikationsplanung und -controlling</li> </ul>

<b>Literatur/Medien</b>	<p>Aumayr, K.J. (2019), Erfolgreiches Produktmanagement, 5. Aufl. Wiesbaden 2019          Backhaus, K./Voeth, M., Industriegütermarketing, 10. Aufl. München 2014          Esch, F.-R. (2014), Strategie und Technik der Markenführung, 9. Aufl. München 2017          Fischer, P./Kowalski, S./Wissmeier, U. K.: Die besten Tools für Marketing und Vertrieb – Professionelle Excel-Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen, Freiburg, Berlin, München, Zürich: Haufe, 2005          Kotler, Ph./Keller, K.L., Marketing Management, 3rd Edition Harlow u.a. Brady, M./Goodmann, M./ (in Englisch) Hansen, T. (2016)          Kroeber-Riel, W./ Konsumentenverhalten, 11. Aufl. München 2019          Simon, H./Fassnacht, M. (2016) Preismanagement, 4. Aufl. Wiesbaden 2016          Wissmeier, U.K. (2019) Professionelles Marketing mit kleinem Budget. Mit vielen Beispielen, Checklisten und Tipps, 2. Aufl. München 2019</p>		
<b>Sprache</b>	Deutsch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 4</b>	<b>Wertschöpfungsmanagement</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. M. Hadamitzky	SS, WS	GM-WOM	8	240 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	2 Semester	8	120 h	120 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	1 Semester	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Püfungsleistungen des Moduls		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	R		
	<b>Moduleilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Moduleilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Die Studierenden erhalten eine Einführung in das Wertschöpfungsmanagement als funktionsübergreifende Wissenschafts- und Managementdisziplin. Sie kennen die wichtigsten Konzepte und Maßnahmen zur nachhaltigen Steigerung des Unternehmenswerts durch Neuausrichtung von Einkauf, Produktion und Logistik. Die Studierenden wissen, wie sich die Wertsteigerungspotenziale realisieren lassen und ihre Hebelwirkung auf den Unternehmenserfolg entfalten. Sie haben einen fundierten Überblick, warum und wie Produktion, Einkauf und Supply Management die Eckpfeiler von strategischem Wertschöpfungsmanagement bilden. Sie erkennen, wie Unternehmen die Wertschöpfung und Innovationskraft von Lieferanten erfolgreich integrieren.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen</b> Die Studierenden wissen, wie sich nachhaltige Wertsteigerungspotenziale in der Produktion realisieren lassen und ihre Hebelwirkung auf den Unternehmenserfolg entfalten. Sie erkennen, wie Unternehmen die eigene Wertschöpfung als nachhaltig wirksamen Bestandteil der Wettbewerbsstrategie nutzen und ausbauen können. Sie wissen was erfolgreiche Produktionskonzepte heute und in Zukunft auszeichnet.</p> <p><b>Fächerübergreifende Kompetenzen</b> Die Studierenden kennen den Wertschöpfungsbeitrag der Logistik und die logistische Leistungsfähigkeit von Unternehmen und die wichtigsten Teilprozesse der Logistik wie Lagerhaltung, Auftragsabwicklung und Transport. Sie kennen Fragestellungen zur Optimierung der strategischen Leistungstiefe in Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik und logistische Probleme aus Sicht des Wertschöpfungsmanagement.</p>
-----------------------------	--

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
---------------------------	------------	------------	-------------	-------------------

<p><b>Strategisches Wertschöpfungsmanagement   Value Sourcing</b> Prof. Dr. R. Sobotta / Prof. Dr. M. Hadamitzky</p>	V, Ü	4	4	<p>Ziele und strategische Dimensionen der betrieblichen Wertschöpfung Beschreibung, Erklärung und Gestaltung von Wertschöpfungsprozessen Theorien, Methoden und Managementtechniken für die Analyse, Planung, Organisation und Steuerung von Wertschöpfungsprozessen Value Mapping: Wie strategische Vorteile durch die systematische Analyse und Neuausrichtung der Wertschöpfung gewonnen werden können Strategien zur Neuausrichtung von betrieblichen und Wertschöpfungsprozessen unternehmensübergreifenden Wertschöpfungsnetzwerken Value Sourcing Entwicklungslinien im Einkaufsmanagement und in der Beschaffung Gestaltungsprinzipien des wertorientierten Einkaufs Die sieben Value Sourcing, Stellhebel zur nachhaltigen Wertsteigerung Erfolgsfaktoren des wertorientierten Einkaufs - Case Study</p>
<p><b>Lean Logistic   Operations-Excellence   Digital Value Chain</b> Prof. Dr. M. Hadamitzky / Prof. Dr. R. Sobotta / Dipl. BW S. Martin</p>	V, Ü	4	4	<p>Operations Excellence Management der eigenen Wertschöpfung Produktion und Produktionsmanagement als Kernkompetenz Strategische Gestaltungsprinzipien des Produktionsmanagements Methoden zur Erzielung operativer Exzellenz: One Piece Flow: Der Weg zur schlanken Montage, Kanban: Das Pull-prinzip in der Produktion Optimale Losgröße: Wirtschaftlichkeit vs. Durchlaufzeit OEE: Konstante Verbesserung der Maschineneffektivität Rüsten: Rüstzeiten als Voraussetzung für Flexibilität Case Study: Einführung in das Konzept "Lean Logistik" Strategische Dimensionen logistischer Leistungen "Make versus Buy", Bestimmungsgrößen logistischer Leistungstiefen - Innerbetriebliche Transport und Lagerhaltungsstrategien - Materialflußgestaltung in Supply Chain Netzwerken - Logistik Informations-Systeme - Logistisches Geschäftsprozessmanagement in Versorgungsnetzwerken.</p>

<p><b>Literatur/Medien</b></p>	<p>Eßig, Michael/Hofmann, Erik/Stölzle, Wolfgang: Supply Chain Management, München, 2. Auflage Vahlen-Verlag, 2022 Sarkar, Suman: The Supply Chain Revolution - Innovative Sourcing and Logistics for Fiercely Competitive World, New York u.a. AMACON 2017 Liker, Jeffrey K.: The Toyota Way - 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer, 2. Auflage. 2020, McGraw-Hill Education New York u.a. Mazzucato, Mariana: Wie kommt der Wert in die Welt? Campus Verlag, Frankfurt/New York 2018 Ohno, Taiichi: Das Toyota-Produktionssystem, 3. Auflage, Frankfurt/Main Campus Verlag 2013 Porter, Michael E.: Wettbewerbsstrategien - Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten, 12. Auflage, Frankfurt/Main, New York Campus Verlag, 2013 Ulrich, Patrick/Baltzer, Björn (Hrsg.): Wertschöpfung in der Betriebswirtschaftslehre - Festschrift für Prof. Dr. habil. Wolfgang Becker zum 65. Geburtstag, Springer Verlag, Heidelberg 2019</p>		
<p><b>Sprache</b></p>	Deutsch	Zuletzt aktualisiert	T00:00:00Z

Modul 5		Leadership, Organisation und Personalmanagement		
Modul-Koordination	Start	Modul-Kürzel/-Nr.	ECTS-Punkte	Arbeitsaufwand
Prof. Dr. F. Best	SS, WS	GM-LPM	6	180 h
	Dauer	SWS	Kontaktzeit	Selbststudium
	1 Semester	6	90 h	90 h

Einsatz des Moduls im Studiengang	Angestrebter Abschluss	Modul-Typ (PM/WPM)	Beginn im Studiensemester	SPO-Version / Jahr
GM	MBA	PM	3	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Püfungsleistungen des Moduls	Benotete Prüfung		Unbenotete Prüfung	Unbenoteter Leistungsnachweis
	Modulprüfung (MP)			
	Modulteilprüfung (MTP)			
	M30			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Die Studierenden generieren Know-how zur Bearbeitung unternehmensinterner Fragestellungen in den Bereichen Führung und Personalmanagement sowie Ideen und Erfahrungen zur Optimierung eigener Verhaltensweisen. Sie können Zusammenhänge im Leadership &amp; Coaching wie im Personalmanagement verbessert wahrnehmen, adäquater verstehen, beurteilen und mitgestalten.</p> <p><b>Methodische Kompetenzen</b> Sie lernen personalwirtschaftlichen Problemfelder sowie Methoden und Instrumente zur Lösung praktischer Fragestellungen im Bereich Personalmanagement und gewinnen Einsicht in die Möglichkeiten und Grenzen der Steuerung von sozialen Systemen, in die Analyse von Strukturen und Führungsbeziehungen sowie für die Entwicklung von praxistauglichen Lösungen. Sie können verschiedene praktische Ansätze des Personalmanagements auf ihre Plausibilität hin einschätzen und Gestaltungsalternativen entwickeln. Die Studierenden begreifen Leadership &amp; Coaching wie auch das Personalmanagement wesentlich als beeinflussbaren Prozess. Sie sind in der Lage, wichtige Konzepte und Instrumente anzuwenden und mitgestaltende Impulse zu setzen</p> <p><b>Fächerübergreifende Kompetenzen</b> Die Studierenden sind in der Lage, Problemstellungen aus unterschiedlichen Perspektiven heraus zu analysieren, Handlungsoptionen zu entwickeln, zu bewerten und situationsorientiert umzusetzen.</p>
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

Teilmodul Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
<b>Personalmanagement</b> Prof. Dr. F. Best	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Quantitative und qualitative Personalplanung</li> <li>- Prozess der Personalbeschaffung und Personalauswahl</li> <li>- Entgeltfindung und Entgeltdifferenzierung</li> <li>- Personalentwicklung - Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen des Personalmanagements</li> </ul>
<b>Leadership</b> Prof. Dr. J. Rosche	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfahrungen. Werte und Beziehungen als Ausgangspunkte</li> <li>- Menschen wahrnehmen, beeinflussen, begleiten und coachen</li> <li>- Chancen und Freiheiten, Zeiten und Räume eröffnen, geben und gestalten</li> <li>- Co-Leadership als Herausforderung</li> </ul>

<p><b>Literatur/Medien</b></p>	<p>Ebner, Markus, Positive Leadership: Leading successfully with PERMA-Lead: the five keys to high-performance, Vienna/Austria, facultas Verlag, 2020  Happich, Gudrun: Was wirklich zählt! - Mit Überzeugung führen, Wiesbaden, Springer Fachmedien, 2018  Hodgson, Philip, White, Randell P., Relax, it´s only uncertainty – Lead the way when the way is changing, second edition, published by RPW Executive Development Inc., 2020  Ivezic, Marin, Ivezic, Luka, The Future of Leadership in the Age of AI: Preparing Your Leadership Skills for the AI-Shaped Future of Work, 2020  Kahnemann, Daniel: Schnelles Denken, langsames Denken, 13. Auflage, Siedler Verlag, München 2012  Kohlöffel, Klaus/Rosche, Jan-Dirk: Spielmacher im Management: Unternehmerisches Gespür entwickeln und strategisch handeln, Weinheim, Wiley-VCH Verlag, 2009  Kopp, Lorelei, Leadership im Homeoffice: Der praktische Guide für die dezentrale Mitarbeiterführung, 2. Auflage, Graz, LUVÉ Publishing, 2021  Marcus, Leonard J., McNulty, Eric J., Henderson, Joseph M., Dorn, Barry C., You're It: Crisis, Change, and How to Lead When It Matters Most, New York, Hachette Book Group, Inc., 2019  McKergow, Mark, Pugliese, editor, The Host Leadership Field Book: Building engagement for performance and results, Edinburgh, Solutions Books, 2019  Morgan, Jacob, The future leader, Hoboken, New Jersey, John Wiley &amp; Sons, 2020  Radatz, Sonja, Relationales Mitarbeitercoaching und Mitarbeiterbegleitung, 1. Auflage, Wien, Literatur-VSM e. U., Wien, 2013  Resetka, Hans-Jürgen, Felfe, Jörg: In Führung gehen - Der erfolgreiche Wechsel vom Kollegen zum Vorgesetzten, 2. Auflage, Freiburg, Haufe-Lexware, 2021  Zenger, John, Folkman, Joseph, The New Extraordinary Leader, Turning Good Managers into Great Leaders, 3rd edition, New York, McGraw-Hill Education, 2020</p>
<p><b>Sprache</b></p>	<p>Deutsch</p>
	<p><b>Zuletzt aktualisiert</b> T00:00:00Z</p>

<b>Modul 6</b>	<b>Methoden und Sozialkompetenz</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr G. Thelen	SS, WS	GM-MS	5	150 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	2 Semester	5	75 h	75 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	1	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>		X	
	<b>Moduleilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Moduleilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	Studierenden kennen Methoden und Instrumente zwischenmenschlicher Kommunikation und sind in der Lage, erfolgreicher zu kommunizieren und eine wachsende Autonomie im Umgang mit sich selbst und mit anderen zu entwickeln. Sie erweitern ihre sozialen und kommunikativen Kompetenz durch die Erfahrungen, die in den angebotenen Übungssituationen gemacht werden können, entwickeln mehr Sensibilität für den kommunikativen und kooperativen Umgang mit anderen und haben mehr Wissen über Kommunikationsprozesse. Sie können eigene und fremde Einstellungen und Gefühle und die sich daraus ergebenden Verhaltensmuster bewusster erleben sowie Verhaltensmuster erkennen, die zu unproduktiven Ergebnissen führen und dazu Alternativen entwickeln.
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
<b>Kommunikation 1</b> Prof. Dr G. Thelen / Dipl. Psych. H. Gerner	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kontrollierter Dialog</li> <li>- Johari-Modell</li> <li>- Kommunikationsmodelle und -regeln</li> <li>- Selbstbild / Fremdbild</li> <li>- Feed-back</li> </ul>
<b>Kommunikation 2</b> Prof. Dr G. Thelen / Dipl. Psych. H. Gerner	V, Ü	2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einführung in das Modell der Transaktionsanalyse:   Strukturelle Analyse (Ich-Zustände)</li> <li>- Transaktionale Analyse</li> <li>- Analyse der Psycho-Spiele</li> <li>- Analyse der Drehbücher, Rollenspiele</li> </ul>
<b>Kreativitätstechniken</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld	V, Ü	1	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Unter Zeitdruck effizient kommunizieren</li> <li>- Koordination von Rollen und Aufgaben</li> <li>- Umgang mit verteiltem Wissen</li> <li>- Informationsflut bewältigen</li> <li>- Perspektive von Anderen wahrnehmen</li> </ul>

<b>Literatur/Medien</b>	Neuberger, O.: Miteinander arbeiten – miteinander reden, 15. Aufl., München 1996 Schulz von Thun, F.: Miteinander reden, 3 Bde., Rowohlt Tb., Reinbek bei Hamburg, 2005 Watzlawick, P. ul / Beavin, J. / Jackson, D.: Menschliche Kommunikation, Huber, Bern, 2000 Berne, E.: Spiele der Erwachsenen. Reinbek 1970 Harris, Th. A.: Ich bin o.k. – Du bist o.k., Rohwohlt, 1975,
-------------------------	---

	Higgins J.M.: 101 Creative Problem Solving Techniques, The New Management, Florida, 1994		
<b>Sprache</b>	Deutsch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 7</b>	<b>Internationalisierung</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof P. Franklin	SS, WS	GM-IN	6	180 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	6	90 h	90 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	3	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkennntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	M30		
	<b>Modulteilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p><b>Fachliche Kompetenzen</b> Studierende verstehen die Besonderheiten des Internationalen Management und sind in der Lage, Methoden und Konzepte anwendungsorientiert einzusetzen. Sie können mit den Herausforderungen grenzüberschreitender Wirtschaftstransaktionen zielorientiert und systematisch umgehen und die Planung von Auslandsaktivitäten, die Organisation grenzüberschreitender Prozesse, Kommunikation &amp; Interaktion mit internationalen Geschäftspartnern sowie die Leistungsgestaltung in ausländischen Zielmärkten erfolgreich gestalten.</p> <p><b>Fächerübergreifende Kompetenzen</b> Sie erwerben die Fähigkeit, kulturbedingte Probleme im internationalen Wirtschaftsleben zu erkennen, zu erklären, mit ihnen umzugehen bzw. sie zu lösen. Sie erwerben Kenntnisse über und die Fähigkeit zur interkulturellen Kommunikation in unterschiedlichen wirtschaftsbezogenen Situationen.</p>
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
<b>Internationales Management</b> Prof. Dr. K. Hassemer	V, Ü	3	3	Konzepte / Modelle von Kommunikation & Kultur - kulturbeeinflusste Unterschiede im Kommunikationsstil - Anwendung von Kulturstandards und Kulturdimensionen in der Praxis der interkulturellen Managements - ‚Andersartigkeit‘ generell und im internationalen Wirtschaftsleben - Interkulturelle Kommunikations- und Handlungskompetenz - Internationale Managementkompetenzen: Wissen, Fertigkeiten, Einstellungen, Werte, Eigenschaften - Die interkulturelle Führungskraft; das multikulturelle Team; die globale Organisation
<b>Intercultural Management</b> Prof P. Franklin	V, Ü	3	3	Internationalisierung als Mittel unternehmerischer Expansion; Komplexitätserhöhung durch Überschreitung internationaler Grenzen; Beherrschung der Folgen von Komplexität als unternehmerische Aufgabe; Management kontextspezifischer internationaler Risikofaktoren; Management von Risiken des laufenden Auslandsgeschäfts; Management von Risiken in Entscheidungsfindung und Führung von Mitarbeiter*innen.

<b>Literatur/Medien</b>	Wiesner, K., <i>Internationales Management</i> , Oldenbourg, München, 2009 Berndt / Fantapie Altobelli / Sander: <i>Internationales Marketing-Management</i> , Springer,
-------------------------	---



	<p>Berlin 2020 Croenenbroeck, W., <i>Handbuch internationales Projektmanagement</i>, Cornelsen, Berlin, 2004 Blom, H., Meier, H., <i>Interkulturelles Management</i>, Verlag Neue Wirtschafts-Briefe, Berlin, 2004 Kutschker, M., Schmid, S., <i>Internationales Management</i>, Oldenbourg, München, Wien 2012 Kleemann F., Frühbeis R., <i>Resiliente Lieferketten in der VUCA-Welt</i>, Springer 2021 Ewington, N. and David Trickey: <i>A World of Difference. Working Successfully Across Cultures</i>. London: Capita Learning and Development, 2003 Hofstede, G. et al: <i>Culture's consequences: International differences in work-related values</i>. Beverly Hills, CA: Sage, 2010 Barmeyer, C &amp; Franklin, P. (eds.): <i>Intercultural Management. A Case-based Approach to Achieving Complementarity and Synergy</i>. London: Palgrave Macmillian, 2016 Franklin, P. &amp; Krüger, M.: Erfolgskritische persönliche Ressourcen in internationalen Change Zusammenhängen. In: Baltes, Guido &amp; Freyth, Antje: <i>Veränderungsintelligenz</i>. Wiesbaden: Springer Gabler 2017, S. 541-566 Franklin, P. &amp; Krüger, M.: Organisationale Veränderung in internationalen Zusammenhängen. In: Baltes, Guido &amp; Freyth, Antje (Hrsg.): <i>Veränderungsintelligenz</i>. Wiesbaden: Springer Gabler 2017, S. 219-254 Comfort, J., &amp; Franklin, P. (2014). <i>The mindful international manager: How to work effectively across cultures</i> (2nd ed.). Kogan Page. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., &amp; Gupta, V. (Eds.). (2004). <i>Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies</i>. SAGE Publications. Schneider, S. C., Stahl, G. K., &amp; Barsoux, J.-L. (2014). <i>Managing across cultures</i> (3rd ed.). Pearson.</p>		
<b>Sprache</b>	Deutsch, ggf. Englisch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 8</b>	<b>Werteorientiertes Management</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. A. Kleinfeld	SS, WS	GM-WEM	5	150 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	5	75 h	75 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	3	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	M15		
	<b>Modulteilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Modulteilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	<p>Verantwortungsvolles Management: Die Studierenden verstehen Corporate (Social) Responsibility als einen strategischen und operativen Erfolgsfaktor zeitgemäßer Unternehmensführung im 21. Jhd. Sie erwerben das Verständnis für die Bedeutung von Werten kollektiver Akteure (Unternehmen und Organisationen) als Teil der Gesellschaft. Sie erwerben die Fähigkeit zur Operationalisierung und Implementierung von WerteManagementSystemen als Beitrag zu einem effektiven Compliance- bzw. Integritätsmanagement ebenso wie zur Gestaltung der Rolle von Unternehmen in der Gesellschaft mithilfe eines ganzheitlichen C(S)R und Verantwortungsmanagements.</p> <p>Unternehmensplanspiel: Die Studierenden erkennen die systemischen Zusammenhänge betriebswirtschaftlicher Entscheidungen, treffen unternehmerische Entscheidungen unter Unsicherheit und wenden betriebswirtschaftliche Steuerungsinstrumente an.</p>
-----------------------------	--

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Vorlesung <input checked="" type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
<b>Verantwortungsvolles Management</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld	V, Ü	3	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rechte und Pflichten individueller und kollektiver Akteure moderner Gesellschaften</li> <li>- Problemfelder: CSR- und Integrity Management, Nachhaltigkeit, Herausforderungen globaler Märkte und der digitalen Transformation</li> <li>- Theorien: Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Stakeholder Management, Werte- und Integritätsmanagement, CR- versus CDR-Management; Philosophische Konzepte der Ethik.</li> <li>- CSR: Konzepte – Standards – Normen.</li> <li>- Praxis: Fallstudien, Praxisberichte, Anwendung der erlernten Inhalte auf das eigene (oder ein fiktives) Unternehmen.</li> </ul>

<b>Unternehmensplanspiel</b> Dipl. BW W. Hobmaier	W	2	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Unternehmen als dynamisches System</li> <li>- Simulation von Unternehmensabläufen. Die Teilnehmer übernehmen die Rolle der Geschäftsführung und üben sich in der Anwendung von Modellen der Strategischen Unternehmensplanung und -steuerung. Anwendung von finanz- und investitionswirtschaftlichen Instrumentarien und Modellen aus der Absatzwirtschaft. Zusammenführung und Anwendung früherer Module.</li> <li>- Methoden: Gruppenarbeit, Diskussion, Präsentation</li> </ul>
--	---	---	---	---

<b>Literatur/Medien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kleinfeld/ Martens: CSR und Compliance. Synergien nutzen durch ein integriertes Management, 2018</li> <li>- Kleinfeld: Fragen und Antworten zur ISO 26000, 2011</li> <li>- DIN ISO 26000, 2011</li> <li>- Wieland: Handbuch WerteManagement, 2004</li> <li>- Wieland et al.: Handbuch Compliance Management, 2020</li> </ul>		
<b>Sprache</b>	Deutsch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 9</b>	<b>Projektstudium 1</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. A. Kleinfeld	SS, WS	GM-PS1	5	150 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	2	30 h	120 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	2	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Püfungsleistungen des Moduls		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	SP		
	<b>Moduleilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Moduleilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	Die Studierenden können sich schnell und kompetent in neue Problemlagen und Fragestellungen einarbeiten. Sie lernen Fragen und Probleme abstrakt-analytisch an ihren jeweiligen Kontexten zu erfassen und methodisch-systematisch nach Lösungen zu suchen. Die Studierenden können das theoretisch Erlernete auf konkrete Praxisfälle des Managements anwenden, dabei kritisch reflektierend, dass ein linearer Theorie-Praxis-Transfer nicht möglich ist. Sie entwickeln und trainieren die Fähigkeit, die im Studium erworbenen Theorien, Methoden und Instrumente auf konkrete Problemstellungen der Praxis des Managements zu beziehen und sie nutzbringend einzusetzen.
-----------------------------	--

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	---

Teilmodul Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
<b>Projektstudium 1</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld / Prof P. Franklin / Prof. Dr. K. Hassemer / Prof. Dr. M. Hadamitzky / Prof. Dr. R. Sobotta / Prof. Dr. F. Best / Prof. Dr. J. Rosche / Prof. Dr. O. Hoffmann / Prof. Dr. W. Volz / Prof. Dr. A. Bertsch / Prof. Dr G. Thelen / Dr. U. K. Wissmeier / Prof. Dr. W. Fees / PD Dr. habil. C. Fahrholz		2	5	Es ist ein aktuelles Praxisprojekt aus dem eigenen Arbeitsumfeld im Unternehmen zu absolvieren. Dabei ist eine konkrete Fragestellung zu bearbeiten, die sich inhaltlich aus den Pflichtmodulen ergibt. Die Fragestellung kann vom Studierenden vorgeschlagen werden. Es sollte sich jedoch in jedem Fall um ein Thema handeln, das ein methodisch-analytisches Vorgehen und den kritisch reflektierten Transfer theoretischen Wissens erfordert. Das Projekt ist im Rahmen eines Workshops zu präsentieren und zu diskutieren. Es ist ein schriftlicher Projektbericht anzufertigen.

<b>Literatur/Medien</b>	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit dem betreuenden Lehrenden.		
<b>Sprache</b>	Deutsch, ggf. Englisch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 10</b>	<b>Projektstudium 2</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. A. Kleinfeld	SS, WS	GM-PS2	5	150 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	2	30 h	120 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	3	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

Püfungsleistungen des Moduls		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	SP		
	<b>Moduleilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Moduleilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	Die Studierenden können sich schnell und kompetent in neue Problemlagen und Fragestellungen einarbeiten. Sie lernen Fragen und Probleme abstrakt-analytisch an ihren jeweiligen Kontexten zu erfassen und methodisch-systematisch nach Lösungen zu suchen. Sie können das theoretisch Erlernete auf konkrete Praxisfälle des Managements anwenden, dabei kritisch reflektierend, dass ein linearer Theorie-Praxis-Transfer nicht möglich ist. Sie entwickeln und trainieren die Fähigkeit, die im Studium erworbenen Theorien, Methoden und Instrumente auf konkrete Problemstellungen der Praxis des Managements zu beziehen und sie nutzbringend einzusetzen.
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input checked="" type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input checked="" type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	---

Teilmodul Lehrende	Art	SWS	ECTS	Lehrinhalt
<b>Projektstudium 2</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld / Prof P. Franklin / Prof. Dr. O. Hoffmann / Prof. Dr. J. Rosche / Prof. Dr. A. Bertsch / Prof. Dr. M. Hadamitzky / Prof. Dr. W. Volz / Prof. Dr G. Thelen / Dr. U. K. Wissmeier / Prof. Dr. W. Fees / PD Dr. habil. C. Fahrholz / Prof. Dr. K. Hassemer / Prof. Dr. F. Best		2	5	Es ist ein aktuelles Praxisprojekt aus dem eigenen Arbeitsumfeld im Unternehmen zu absolvieren. Dabei ist eine konkrete Fragestellung zu bearbeiten, die sich inhaltlich aus den Pflichtmodulen ergibt. Die Fragestellung kann vom Studierenden vorgeschlagen werden. Es sollte sich jedoch in jedem Fall um ein Thema handeln, das ein methodisch-analytisches Vorgehen und den kritisch reflektierten Transfer theoretischen Wissens erfordert. Das Projekt ist im Rahmen eines Workshops zu präsentieren und zu diskutieren. Es ist ein schriftlicher Projektbericht anzufertigen.

<b>Literatur/Medien</b>	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit dem betreuenden Lehrenden.		
<b>Sprache</b>	Deutsch, ggf. Englisch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

<b>Modul 11</b>	<b>Masterthesis</b>			
<b>Modul-Koordination</b>	<b>Start</b>	<b>Modul-Kürzel/-Nr.</b>	<b>ECTS-Punkte</b>	<b>Arbeitsaufwand</b>
Prof. Dr. A. Kleinfeld	SS, WS	GM-MT	28	840 h
	<b>Dauer</b>	<b>SWS</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
	1 Semester	2	40 h	800 h

<b>Einsatz des Moduls im Studiengang</b>	<b>Angestrebter Abschluss</b>	<b>Modul-Typ (PM/WPM)</b>	<b>Beginn im Studiensemester</b>	<b>SPO-Version / Jahr</b>
GM	MBA	PM	4	SPO 3 /

<b>Inhaltliche Teilnahme Voraussetzung</b>	
<b>Verwendbarkeit des Moduls im o.g. Studiengang</b>	Als Vorkenntnis erforderlich für Modul: Sinnvoll zu kombinieren mit Modul:

<b>Püfungsleistungen des Moduls</b>		<b>Benotete Prüfung</b>	<b>Unbenotete Prüfung</b>	<b>Unbenoteter Leistungsnachweis</b>
	<b>Modulprüfung (MP)</b>	SP		
	<b>Moduleilprüfung (MTP)</b>			
<b>Zusammensetzung der Endnote</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Note der benoteten Modul(teil)prüfung <input type="checkbox"/> ECTS-gewichtetes, arithmetisches Mittel der benoteten Moduleilprüfungen <input type="checkbox"/> Sonstiges:			

<b>Lernziele des Moduls</b>	Die Studierenden weisen mit der Masterarbeit ihre Fähigkeit nach, ein Thema von aktueller wissenschaftlicher und/oder praktischer Relevanz auf einem qualitativ hochwertigen Niveau selbstständig, auf wissenschaftlicher Grundlage und innerhalb einer vorgegebenen Frist zu bearbeiten. Mit der Masterarbeit schärfen die Studierenden insbesondere ihre methodischen, analytischen und argumentativen Kompetenzen.
-----------------------------	---

<b>Lehr- und Lernformen</b>	<input type="checkbox"/> Vorlesung <input type="checkbox"/> Übung <input checked="" type="checkbox"/> Selbststudium <input type="checkbox"/> Workshop/Seminar <input type="checkbox"/> Projekt <input type="checkbox"/> Labor <input type="checkbox"/> Exkursion <input type="checkbox"/> E-Learning <input checked="" type="checkbox"/> Hausarbeit <input type="checkbox"/> Sonstiges:
-----------------------------	--

<b>Teilmodul Lehrende</b>	<b>Art</b>	<b>SWS</b>	<b>ECTS</b>	<b>Lehrinhalt</b>
<b>Masterthesis</b> Prof. Dr. A. Kleinfeld / Prof P. Franklin / Prof. Dr. K. Hassemer / Prof. Dr. J. Rosche / Prof. Dr. F. Best / Prof. Dr. A. Bertsch / Prof. Dr. W. Volz / Prof. Dr. M. Hadamitzky / Prof. Dr. R. Sobotta / Prof. Dr. W. Fees / PD Dr. habil. C. Fahrholz / Prof. Dr G. Thelen		2	28	Lehrinhalt

<b>Literatur/Medien</b>	Themenspezifische Fachliteratur nach Absprache mit den betreuenden Lehrenden.		
<b>Sprache</b>	Deutsch, ggf. Englisch	<b>Zuletzt aktualisiert</b>	T00:00:00Z

