



University of Applied Sciences

HOCHSCHULE
EMDEN·LEER

Modulhandbuch
Studiengang
Master Advanced Management
(PO 2022)

Hochschule Emden/Leer
Fachbereich Wirtschaft

(Stand: 21. Dezember 2022)

Inhaltsverzeichnis

1 Studiengangskonzept	3
2 Anmerkungen und Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft	7
3 Modulverzeichnis	8
3.1 Modulübersicht	8
3.2 Methoden	9
Data Science in der BWL	9
Multivariate Methoden der Datenanalyse	10
Management-Planspiel	11
Design-Thinking-Projekt	13
3.3 Marketing & Leadership	15
Digitales Marketing	15
Wirtschaftsethik	17
Leadership im Kontext Strukturwandel	19
Ringvorlesung: Agiles Management	20
3.4 Accounting & Finance	21
E-Controlling	21
Green Accounting	23
Finance & Corporate Governance	25
Integrierte Finanzplanung	27
3.5 Innovation & Projects	29
Digitale Produktinnovationen	29
Energiemanagement und Klimaeffizienz	31
Operational Excellence	33
Agiles Projektmanagement	35
3.6 Weitere Wahlpflichtmodule	37
Operations Research	37
Privates Wirtschaftsrecht	39
Wissenschaftstheoretische Grundlagen	41
Führungspersönlichkeit	42
3.7 Praxis-Theorie-Transferprojekt, Masterarbeit	43
Praxis-Theorie-Transferprojekt	43
Masterarbeit mit Kolloquium	44

1 Studiengangskonzept

Kurzprofil

Der Studiengang Master Advanced Management (MAM) hat das Ziel, ein breites Managementwissen zu vermitteln und folgt einer matrix-basierenden Struktur. Auf der horizontalen Achse finden sich die Schwerpunkte und funktionsorientierten Module mit den Bereichen: *Marketing & Leadership*, *Accounting & Finance*, *Innovation & Projects* sowie weitere Wahlpflichtmodule aus diesen Bereichen.

Des Weiteren wird ein umfassendes Methodenwissen gelehrt, um wissenschaftliche Zusammenhänge empirisch erarbeiten zu können. Auf der vertikalen Achse spiegeln sich die Dachthemen: *Digitalisierung*, *Nachhaltigkeit*, *Strukturwandel* und *Agilität* wider. Eine Ringvorlesung unterstützt aktuelle Themen im Managementkontext. Die Module sind auf die enge Verzahnung mit der beruflichen Tätigkeit der Studierenden und somit anwendungsorientiert ausgerichtet.

Lehrveranstaltungen finden an Freitagnachmittagen und Samstagen in Präsenz auf dem Business Campus in Leer (BCL) sowie an einem Wochentag abends online statt. Online- und Präsenzveranstaltungen und Blockwochen sind über das Semester so verteilt, dass eine angemessene Vor- und Nachbereitung (Selbststudium) ermöglicht wird. Während des Semesters sind 3 veranstaltungsfreie Wochen vorgesehen. Des Weiteren gibt es pro Semester zwei Blockwochen. Das eigens für diesen Studiengang entwickelte Zeitmodell ermöglicht es den Studierenden, alle Veranstaltungen auch neben einer Vollzeitbeschäftigung innerhalb der Regelstudienzeit zu absolvieren.

Das neue Masterangebot passt sich gut in das Profil der Hochschule ein, Impulsgeberin für die Region zu sein, den Fachkräftebedarf mit sicherzustellen und aktuelle Themen wie z.B. „Digitalisierung“ im Studienangebot zu haben. Bei der Entwicklung des MAM ist darauf geachtet worden, dass Verzahnungen mit anderen Studiengängen Berücksichtigung finden. Innerhalb des Fachbereich Wirtschaft werden z.B. Module des Masterstudiengangs Business Management in den konzipierten Studiengang integriert. Des Weiteren bietet der Studiengang die Weiterführung der Bachelorprogramme mit wirtschaftswissenschaftlichem Hintergrund: im Fachbereich Wirtschaft, im Fachbereich Technik (z.B. Industrial und Business Systems) und im Fachbereich Soziale Arbeit und Gesundheit (z.B. Sozial- und Gesundheitsmanagement), und ist auch für Studierende interessant, die bereits einen Berufseinstieg nach dem Bachelorabschluss vollzogen haben.

Studienverlaufsplan

Studienverlaufsplan Master Advanced Management					
		Dachthema			
		Digitalisierung	Nachhaltigkeit	Strukturwandel	Agilität
		1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
Funktionsbereich	Methoden	Data Science in der BWL 5 LP	Multivariate Methoden der Datenanalyse 5 LP	Management-Planspiel 5 LP	Design-Thinking-Projekt 5 LP
	Marketing & Leadership	Digitales Marketing 5 LP	Wirtschaftsethik 5 LP	Leadership im Kontext Strukturwandel 5 LP	Ringvorlesung: Agiles Management 5 LP
	Accounting & Finance	E-Controlling 5 LP	Green Accounting 5 LP	Finance & Corporate Governance 5 LP	Integrierte Finanzplanung 5 LP
	Innovation & Projects	Digitale Produktinnovationen** 5 LP	Energiemanagement und Klimaeffizienz 5 LP	Operational Excellence 5 LP	Agiles Projektmanagement** 5 LP
	Wahlbereich (+ weitere Module*)	Operations Research 5 LP	Privates Wirtschaftsrecht 5 LP	Wissenschaftstheoretische Grundlagen 5 LP	Führungspersönlichkeit 5 LP
Praxis-Theorie-Transferprojekt					10 LP
					Masterarbeit mit Kolloquium 30 LP

* Alternativ können beliebige Module des Masterstudiengangs Business Management gewählt werden.

** Module werden voraussichtlich in englischer Sprache angeboten.

*** Auf Antrag bei der Prüfungskommission können bis zu vier Funktionsbereich-Module durch Module aus dem Wahlbereich substituiert werden.

Funktionsbereiche***

Methoden

Wahlbereich ***

Die matrix-basierende Struktur des Curriculums ermöglicht eine klare inhaltliche Ausrichtung – einerseits anhand der vier Dachthemen und andererseits der drei Funktionsbereiche des Managements. Die Auswahl der Dachthemen erfolgte auf Basis der nach Einschätzung der Hochschule Emden/Leer zukünftigen Schlüsselfaktoren für den Erfolg von (mittelständischen) Unternehmen. Im Folgenden wird beispielhaft die Relevanz der ausgewählten Dachthemen mit jeweils einem konkreten dazugehörigen Modul des Studiengangs herausgestellt:

- **Digitalisierung:** Seit einigen Jahren schreitet weltweit die Digitalisierung voran. Unternehmen, die sich nicht anpassen, werden zukünftig voraussichtlich nicht wettbewerbsfähig sein. Die Anpassungsfähigkeit steht und fällt mit qualifizierten Mitarbeiter*innen. Aufgabenfelder und ganze Berufsbilder verändern sich im Zuge der Digitalisierung. Beispiel: die Fülle von verfügbaren potenziell steuerungsrelevanten Informationen steigt immer weiter an. Kenntnisse im Bereich „Data Science“ helfen Mitarbeiter*innen und Führungskräften in Unternehmen die relevanten Informationen zu filtern, aufzubereiten und valide Entscheidungsgrundlagen zu generieren.
- **Nachhaltigkeit:** Nicht zuletzt aufgrund zahlreicher regulativer Eingriffe (siehe aktuell EU Taxonomie) wird das Thema Nachhaltigkeit für alle Unternehmen an Bedeutung gewinnen und letzten Endes ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein. Allerdings lässt das Knowhow in diesem Bereich bei einem Großteil deutscher Führungskräfte heute noch deutlich zu wünschen übrig. Beispiel: In der Vergangenheit wurde dem Thema Nachhaltigkeit im Bereich des Rechnungswesens wenig Beachtung geschenkt. Dies ändert sich aktuell im Rahmen der bereits angesprochenen direkten und indirekten regulativen Eingriffe. Zukünftig werden nicht-finanzielle Informationen in den Jahresabschlüssen von Unternehmen eine wichtige Rolle spielen. Das Modul „Green Accounting“ vermittelt die in diesem Bereich wichtigen Kenntnisse und Kompetenzen.
- **Strukturwandel:** Beschleunigt durch die Globalisierung und die Digitalisierung findet ein sektoraler und regionaler Strukturwandel statt. Die Region Ostfriesland – und somit auch die hier ansässigen Unternehmen – ist als relativ strukturschwache Region in besonderem Maße davon betroffen. Beispiel: Um nachhaltig wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen ihre Prozesse kontinuierlich hinsichtlich der Effektivität und Effizienz optimieren. Führungskräfte müssen die erfolgskritischen Prozesse und die relevanten Stellschrauben kennen. Die dafür notwendigen Kompetenzen werden im Modul „Operational Excellence“ vermittelt.
- **Agilität:** Die Wirtschaft ist zunehmend geprägt von Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambivalenz (kurz: VUKA). Die Führung von Unternehmen in einer solchen Umwelt bringt große Herausforderungen mit sich. Im Rahmen einer Ringvorlesung sollen Praxisvorträge verschiedener Unternehmen sinnvoll kombiniert werden, um aufzuzeigen, wie in der Praxis konkret mit den Herausforderungen umgegangen wird.

Die vier Dachthemen stehen in unmittelbarem Zusammenhang, der im Rahmen der Lehrveranstaltungen herausgestellt wird. Beispielsweise führt die voranschreitende Digitalisierung zu vermehrten Disruptionen und damit zu Veränderungen in der Wertschöpfungskette. Die beschleunigt den Strukturwandel und erfordert von Unternehmen Agilität/Resilienz, um nachhaltig wettbewerbsfähig zu sein. Das Bestreben der EU die Wirtschaft klimaneutral zu gestalten, führt dazu, dass nur nachhaltig wirtschaftende Unternehmen langfristig wettbewerbsfähig sein werden. Auch hieraus ergibt sich ein Strukturwandel, der Agilität/Resilienz von Unternehmen und ihren Mitarbeiter*innen/Führungskräften erfordert.

Alle Module im Bereich „Methoden“ sind verpflichtend zu belegen. Des Weiteren können bis zu vier Module aus den Bereichen Marketing & Leadership, Accounting & Finance oder Innovation & Projects auf Antrag bei der Prüfungskommission mit einem Modul aus dem Wahlbereich substituiert werden. Dies ermöglicht den Studierenden eine inhaltliche Schwerpunktsetzung und bietet ihnen gleichzeitig die Flexibilität, in jedem Fachsemester ein Modul entsprechend ihren persönlichen Interessen aus einer großen Auswahl an Lehrangeboten frei zu wählen, so dass das Studium zum Teil selbst gestaltet werden kann. Neben den im Curriculum aufgeführten weiteren Wahlpflichtmodulen können alle Module des Masterstudiengangs Business Management besucht werden. Für diese Module besteht allerdings kein Anspruch auf eine spezielle „berufsfreundliche“ zeitliche Gestaltung. Studierende müssen in diesem Fall individuelle Regelungen mit ihrem Arbeitgebenden treffen.

Zwar sind die Dachthemen und auch die Funktionsbereiche miteinander verzahnt. Die Module sind aber nicht zwingend in der vorgesehenen Reihenfolge zu absolvieren. Module des 3. Fachsemesters können beispielsweise ohne weiteres bereits vor den Modulen des 1. Fachsemesters belegt werden.

Besonderes Studiengangprofil

Als berufsbegleitender Studiengang existiert ein besonderer Profilanpruch. Um Studierenden ein vollwertiges Masterstudium mit angemessener Qualität und innerhalb eines angemessenen Zeitraums zu ermöglichen, bedarf es eines innovativen Konzepts. Folgende Punkte stehen bei diesem Studiengang im Fokus:

- Studium und Berufstätigkeit erfordern eine hohe Flexibilität hinsichtlich der Studienstruktur und der individuellen Betreuung der Studierenden.
- Das Studium muss überwiegend außerhalb der üblichen Arbeitszeiten von Montag bis Freitag bis 17 Uhr möglich sein.
- Die Belastung der Studierenden muss aber dennoch so verteilt sein, dass es nicht zu einer Überlastung kommt. Da die Leistungsfähigkeit von Menschen variiert, ist auch hier Flexibilität gefragt.
- Eine Kooperation mit regionalen Unternehmen und entsprechende Unterstützung der/des Arbeitgebenden ist wünschenswert. Ein erfolgreicher Studienabschluss soll aber auch ohne Einbindung bzw. Unterstützung der/des Arbeitgebenden möglich sein.

Der Aufbau des Curriculums ermöglicht die flexible Belegung von Modulen auch anderer Fachsemester. In keinem Modul gibt es die Voraussetzung, ein anderes Modul vorher belegt haben zu müssen. Es besteht für die Studierenden also die Möglichkeit, Module vorzuziehen oder zu verschieben, wenngleich aufgrund der Dachthemen die im Curriculum vorgesehene Abfolge grundsätzlich empfohlen wird.

Um ein vollwertiges Studium nebenberuflich zu ermöglichen, wurde eine Regelstudienzeit von 5 Semestern gewählt. Das folgende Schaubild zeigt schematisch die Verteilung der Leistungspunkte über die Regelstudienzeit:

	1. FS	2. FS	3. FS	4. FS	5. FS
Pflichtmodul	5 LP	5 LP	5 LP	5 LP	Master-thesis (30 LP)
Wahlpflichtmodul	5 LP	5 LP	5 LP	5 LP	
Wahlpflichtmodul	5 LP	5 LP	5 LP	5 LP	
Wahlpflichtmodul	5 LP	5 LP	5 LP	5 LP	
PTP *		10 LP			

FS = Fachsemester, LP = Leistungspunkte

* PTP = Praxis-Theorie-Transferprojekt, kann wahlweise im 2., 3. oder 4. Fachsemester absolviert werden

In den Fachsemestern 1-4 müssen dementsprechend jeweils 4 Module absolviert werden. Dabei sind jeweils 2 Module pro Semester als Blockmodul vorgesehen und 2 Module finden über das Semester verteilt jeweils an einem Wochentag online abends, sowie freitagabends und samstags am Business Campus in Leer statt. Die Semesterzeiten umfassen – analog zu den regulären Semesterzeiten der Hochschule Emden/Leer – durchschnittlich 15 Wochen.

Die beiden Blockwochen sind jeweils zu Beginn sowie in der Mitte des Semesters vorgesehen. Im Anschluss an das Kontaktstudium während der Blockwoche beginnt die Phase des Selbststudiums, in der z.B. Projekte bearbeitet oder Hausarbeiten verfasst werden. Ergänzend können weitere kurze (Online-)Veranstaltungen stattfinden.

2 weitere Module finden jeweils mit 4 SWS in den Abendstunden an einem Wochentag (Montag bis Donnerstag, z.B. 17:00 – 20:15 Uhr) sowie freitagabends und samstags in Präsenz am Business Campus (samstags z.B. 9:00 – 16:15 Uhr) statt. Während des Semesters sind 3 veranstaltungsfreie Wochen vorgesehen, in der auch kein Blockmodul stattfindet. Die folgende Abbildung zeigt schematisch das vorgesehene Zeitmodell (Verteilung der SWS) für 4 Module über ein 15-wöchiges Semester:

Semesterwoche	Mo-Do online (O)				Fr+Sa (P)				Blockwoche (B)				Summe
	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	M1	M2	M3	M4	
1									36				36
2			2	2									4
3			2	2			12						16
4			4	4									8
5													0
6			2	2				12					16
7			2	2									4
8									36				36
9													0
10			2	2									4
11				4			8	4					16
12			2	2									4
13													0
14					4	4							8
15							4	4					8
Summe	0	0	16	20	4	4	24	20	36	36	0	0	160

O = Online, P = Präsenz, B = Block

veranstaltungsfrei

Prüfungszeitraum

Die konkrete Planung der Zeitpunkte für Blockwochen, Präsenzwochenenden und veranstaltungsfreie Wochen erfolgt im Rahmen der Semesterplanung unter Berücksichtigung der Semesterzeiten der Hochschule Emden/Leer sowie von Feiertagen (z.B. veranstaltungsfreie Wochen zu Ostern und/oder Pfingsten). Bei der Veranstaltungsplanung wird berücksichtigt, dass es erstens keine Überschneidungen bei Lehrveranstaltungen innerhalb des Fachsemesters gibt. Zweitens soll es keine Überschneidungen zwischen Veranstaltungen des Fachsemesters, welche ebenfalls im Sommer- oder Wintersemester angeboten werden (1. + 3. und 2. + 4.), geben.

2 Anmerkungen und Abkürzungen der Studiengänge des Fachbereichs Wirtschaft

BBW	Bachelor Betriebswirtschaft
BBWD	Bachelor Betriebswirtschaft (dual)
BIBA	Bachelor International Business Administration
BWP	Bachelor Wirtschaftspsychologie
MAM	Master Advanced Management
MBM	Master Business Management
MMC	Master Management Consulting

Bei den Literaturangaben der Modulbeschreibungen wird grundsätzlich auf die neueste Auflage verwiesen. Andernfalls erfolgt die Nennung der konkreten Auflage.

3 Modulverzeichnis

3.1 Modulübersicht

Module und zugehörige Lehrveranstaltungen	Semester	Art der Prüfungs- leistungen ^{2.)}	Prüfungs- formen ^{3.)}	Studentische Arbeits- belastung (in Zeitstunden)		ECTS- Punkte	Modul- beauftragte
				Kontaktzeit (Lehrveran- staltungs- stunden)	Selbst- studium		
Methoden							
Data Science in der BWL	1	P	PL	40	85	5	T. Becker
Multivariate Methoden der Datenanalyse	2	K1 und H	PL	40	85	5	J. Schwarz
Management-Planspiel	3	PB	PL	40	85	5	J. Handzlik
Design-Thinking-Projekt	4	PB	PL	40	85	5	U. Gündling
Marketing & Leadership							
Digitales Marketing (deutsch und engl.)	1	R	PL	40	85	5	T. Schößler
Wirtschaftsethik	2	P	PL	40	85	5	M. Grautmann
Leadership im Kontext Strukturwandel	3	H	PL	40	85	5	F. Dorozalla
Ringvorlesung: Agiles Management	4	H	PL	40	85	5	T. Schößler
Accounting & Finance							
E-Controlling	1	H	PL	40	85	5	C. Wilken
Green Accounting	2	K2	PL	40	85	5	K. Henkel
Finance & Corporate Governance	3	H	PL	40	85	5	W. Portisch
Integrierte Finanzplanung	4	K1 und PB	PL	40	85	5	J. Handzlik
Innovation & Projects							
Digitale Produktinnovationen (engl.)	1	R	PL	40	85	5	A. Wolf
Energiemanagement und Klimaeffizienz	2	H	PL	40	85	5	M. Hanfeld
Operational Excellence	3	PB	PL	40	85	5	D. Schleuter
Agiles Projektmanagement (engl.)	4	R	PL	40	85	5	O. Passenheim
Weitere Wahlpflichtmodule ^{1.)}							
Operations Research	1	P	PL	40	85	5	M. Hanfeld
Privates Wirtschaftsrecht	2	K2	PL	40	85	5	H.G. Vogel
Wissenschaftstheoretische Grundlagen	3	P	PL	40	85	5	U. Rademacher
Führungspersönlichkeit	4	H	PL	40	85	5	F. Dorozalla
PTP, Masterarbeit							
Praxis-Theorie-Transfer- Projekt	2, 3 oder 4	H	PL	250		10	nach Absprache
Masterarbeit mit Kolloquium	5	---	PL	750		30	nach Absprache

- 1.) Auf Antrag bei der Prüfungskommission können bis zu vier Module aus den Bereichen 2. - 4. mit „Weiteren Wahlpflichtmodulen“ (5.), sowie beliebigen Modulen aus dem Masterstudiengang Business Management des Fachbereichs Wirtschaft substituiert werden.
- 2.) P = Portfolio, H = Hausarbeit, R = Referat, K = Klausur (+Klausurdauer in Stunden), PB = Projektbericht,
- 3.) PL = Prüfungsleistung

3.2 Methoden

Modulbezeichnung (eng.)	Data Science in der BWL (Data Science in Management)
Semester (Häufigkeit)	1 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul (Methoden)
Dachthema	Digitalisierung
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Portfolio
Prüfungsumfang/-dauer	• Übungsaufgabe 1-3: Durchführung einer Datenanalyse nach Vorgabe und Dokumentation des Vorgehens und der Ergebnisse (2-3 Seiten) als Hausaufgabe, jeweils 20 % der Leistung • Kurzreferat: Durchführung einer Datenanalyse (Datenbeschaffung, -aufbereitung, Analyse, Visualisierung, Interpretation) und Erstellung eines Posters inkl. 10 Min. Präsentation und Fragen, 40 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeit, Übung am Rechner, Projekte
Modulverantwortliche*r	T. Becker

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen das Berufsbild des Data Scientist und die dazugehörigen Aufgaben im Unternehmen. Sie kennen gängige Vorgehensweise zur Sammlung betriebswirtschaftlich relevanter Daten und sind in der Lage, Rohdaten für die weitere Datenanalyse zu transformieren. Sie können die Anwendungsvoraussetzungen ausgewählter Methoden der Data Science prüfen und diese Methoden mithilfe einschlägiger Softwaretools auf betriebswirtschaftliche und wissenschaftliche Fragestellungen anwenden, die Ergebnisse interpretieren und visualisieren.

Lehrinhalte

- Datenanalytisches Denken im betriebswirtschaftlichen Kontext
- Datenaufnahme und -vorverarbeitung, Datenbankabfragen
- Ausgewählte Methoden, z.B. Klassifikation, Clustering, Assoziation, Text Mining
- Visualisierung von Ergebnissen

Die Veranstaltungsunterlagen (Skripte, Videos, Aufgaben) werden elektronisch zur Verfügung gestellt und können jederzeit individuell bearbeitet werden. Regelmäßige Hausaufgaben vertiefen die Anwendung. Die Studierenden erhalten Feedback zu ihren Lösungen.

Literatur

- Provost, F./Fawcett, T.: Data Science for Business, O'Reilly.
- Wickham, H./Grolemund, G.: R for Data Science, O'Reilly.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
H. Thaden	Data Science in der BWL	4

Modulbezeichnung (eng.)	Multivariate Methoden der Datenanalyse (Multivariate Data Analysis Methods)
Semester (Häufigkeit)	2 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul (Methoden)
Dachthema	Nachhaltigkeit
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Kenntnisse in Statistik auf Bachelorniveau
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: K1-Klausur und Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	- Schriftlicher Kurztest, 50 % der Leistung - Übungsaufgaben, 50 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesungen mit integrierten Übungen am Computer
Modulverantwortliche*r	J. Schwarz

Qualifikationsziele

Aufbauend auf den Statistikkenntnissen aus dem Bachelorstudium verbreitern die Studierenden ihr Wissen insbesondere durch weitere Methoden der Inferenzstatistik und vertiefen ihr Wissen durch adäquate Verknüpfung deskriptiver und inferenzstatistischer Methoden zur Lösung betriebswirtschaftlicher Forschungsfragestellungen. Dieses Wissen wird durch eine Klausur geprüft.

Durch fortlaufendes praktisches Verproben der verschiedenen Methoden anhand von Beispieldatensätzen unter Nutzung eines statistischen Softwarepaketes erlangen die Studierenden Handlungskompetenz bei der Auswahl und Anwendung geeigneter statistischer Methoden und bei der Präsentation der Ergebnisse. Diese Kompetenz wird durch eine (Gruppen-)Hausarbeit geprüft.

Lehrinhalte

- Einführung in ein statistisches Softwarepaket (bevorzugt R)
- Kurze Wiederholung der wichtigsten Methoden der deskriptiven Statistik (Selbststudium)
- Kurze Wiederholung der Grundlagen der Inferenzstatistik (Punktschätzung, Intervallschätzung, Hypothesentest)
- Wichtige grundlegende parametrische und nichtparametrische Testverfahren (bspw. t-Test, Wilcoxon-Test, Chi-Quadrat-Test)
- Multivariate Analyseverfahren (bspw. lineare Regression, ANOVA, logistische Regression)
- Weitere fortgeschrittene Analysemethoden (bspw. Panelregression, Methoden zur Analyse latenter Variablen und komplexer Modellstrukturen)

Literatur

- Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./Weiber, R.: Multivariate Analysemethoden, Springer.
- Field, A./Miles, J./Field, Z.: Discovering Statistics Using R, SAGE.
- Hatzinger, R./Hornik, K./Nagel, H./Maier, M.J.: R – Einführung durch angewandte Statistik, Pearson.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
J. Schwarz	Multivariate Methoden der Datenanalyse	4

Modulbezeichnung (eng.)	Management-Planspiel (Management simulation)
Semester (Häufigkeit)	3 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul (Methoden)
Dachthema	Strukturwandel
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Projektbericht
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftlicher Gruppen-Projektbericht, in dem die individuellen Beiträge kenntlich gemacht werden müssen mit einem Umfang von 15-20 Seiten.
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Gruppenarbeiten
Modulverantwortliche*r	J. Handzlik

Qualifikationsziele

Der Fokus in diesem Modul liegt auf der Nutzung und dem Transfer von vorhandenem Wissen, der Kommunikations- und Kooperationskompetenz sowie der berufsbüchlichen Professionalität.

Absolvent*innen

- analysieren im Team komplexe betriebliche Situationen und wenden situationsgerecht betriebswirtschaftliche Methoden und Instrumente zur Entscheidungsvorbereitung an;
- treffen auch unter Zeitdruck zahlenbasierte, fundierte Entscheidungen, die sie professionell, versiert und plausibel begründen können;
- reflektieren getroffene Entscheidungen hinsichtlich der geplanten und tatsächlich eingetretenen Wirkung und lernen aus möglicherweise getroffenen Fehlentscheidungen;
- verhalten sich im Team professionell, sind kompromissfähig und dennoch zielorientiert;
- können die in den vorangegangenen Semestern und während der betrieblichen Praxis erworbenen Kenntnisse im Rahmen von unternehmerischen Entscheidungen ganzheitlich anwenden.

Lehrinhalte (1)

Im Rahmen des Unternehmensplanspiels "Topsim – Scale Up" werden die Studierenden in die Lage von Vorstandsmitgliedern versetzt, die in einem dynamischen Marktumfeld komplexe Entscheidungen zu weitgehend sämtlichen betrieblichen Handlungsfeldern treffen müssen. Dabei werden ausgewählte betriebswirtschaftliche Themen inhaltlich vertieft. Dies umfasst unter anderem:

- Marktsignale und Trends auf neuem und unerforschtem Terrain richtig deuten
- Strategisches Marketing (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Corporate Identity)
- Personalplanung und -qualifikation, Produktivität
- Nachhaltigkeit der Produktion
- Investitions- und Auslastungsplanung

Lehrinhalte (2)

- Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)
- Umgang mit Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambivalenz im Markt (VUKA-Umfeld)

Im Planspiel geht es um ein traditionelles Unternehmen, welches bedingt durch den Strukturwandel an seine Grenzen stößt, und mit einem neu entwickelten Produkt die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit sichern möchte.

Literatur

- Müller-Stewens, G./Lechner, C.: Strategisches Management, Schäffer-Poeschel.
- Dillerup, R./Stoi, R.: Unternehmensführung, Vahlen.
- Deimel, K./Heupel, T./Wiltinger, K.: Controlling, Vahlen.
- Lippold, D.: Marktorientierte Unternehmensplanung, Springer-Gabler.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
J. Handzlik	Management-Planspiel	4

Modulbezeichnung (eng.)	Design-Thinking-Projekt (Design-Thinking-Project)
Semester (Häufigkeit)	4 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul (Methoden)
Dachthema	Agilität
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Projektbericht
Prüfungsumfang/-dauer	20 Stunden pro Teilnehmer*in mit Präsentation (20 min) und Diskussion (10 min)
Lehr- und Lernmethoden	Projekt
Modulverantwortliche*r	U. Gündling

Qualifikationsziele

Das Modul „Design Thinking-Projekt“ versetzt die Studierenden in die Lage, sich schnell und umfassend in komplexe praktische Problemstellungen einzuarbeiten, diese zu analysieren, Lösungskonzepte unter Anwendung agiler Managementtools zu entwickeln und direkt in die Praxis umzusetzen.

Die Studierenden erwerben Managementkompetenzen sowie Kompetenzen in der Planung, Organisation, Durchführung und im Coachen von Design Thinking-Sprints. Sie können unternehmerische Problemstellungen umfassend verstehen und analysieren. Sie können im Rahmen der kreativen Ideenfindung kundenzentrierte Problemlösungen entwickeln, bewerten, in Prototypen umsetzen, testen und in einem iterativen Prozess optimieren. Sie können konkrete Handlungsempfehlungen entwickeln. Sie können Workshops effizient planen, durchführen, coachen und Arbeitsergebnisse sachgerecht zusammenführen, dokumentieren und kommunizieren.

Sie kennen und verstehen den Prozess des Design Thinkings. Sie kennen ein umfangreiches Instrumentarium an Design Thinking-Tools für alle Phasen des Prozesses und können dieses zielgerichtet einsetzen. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen wie man Arbeitsergebnisse, Konzepte und Handlungsempfehlungen erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt.

Lehrinhalte

Inhaltlich umfasst das Modul die Analyse, Planung, Durchführung und das Coaching eines Design Thinking-Sprints in Bezug auf eine konkrete unternehmerische Aufgabenstellung. Im Rahmen eines konkreten Projektes werden die Aufgabenstellung analysiert, die Untersuchungsorganisation festgelegt, durchgeführt und das Ergebnis in Form von Prototypen getestet und optimiert. Im Anschluss hieran erfolgt die Ableitung von detaillierten Handlungsempfehlungen.

Literatur

- Erbedinger, J./Ramge, T./ Spiekermann, E.: Durch die Decke denken. Design thinking in der Praxis, Redline.
- Lewrick, M. (Hrsg.): Das Design Thinking Playbook. Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren, Vahlen.
- Lewrick, M. (Hrsg.): Das Design Thinking Toolbook, Vahlen.
- Rustler, F.: Thinking tools for creativity and innovation. The little handbook of innovation methods, Midas Management.
- Sauvonnet, E./Blatt, M.: Wo ist das Problem? Design Thinking als neues Management-Paradigma, Vahlen.
- Weinberg, U.: Network Thinking. Das Ende des Brockhaus-Denkens oder wie wir die Welt morgen begreifen, Murmann.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Gündling	Design-Thinking-Projekt	4

3.3 Marketing & Leadership

Modulbezeichnung (eng.)	Digitales Marketing (Digital Marketing)
Semester (Häufigkeit)	1 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Marketing & Leadership)
Dachthema	Digitalisierung
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	teilweise englischsprachige Lehrveranstaltung
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Referat
Prüfungsumfang/-dauer	• Mündlicher Vortrag, ca. 15-20 Minuten, 60 % der Leistung • Schriftliche Ausarbeitung, ca. 8-12 Seiten, 40 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Exkursion, Fallstudien, eigenes Projekt
Modulverantwortliche*r	T. Schößler

Qualifikationsziele

Nach Abschluss des Kurses sind die Teilnehmenden in der Lage, die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung im Bereich des Marketings auf Basis des aktuellen Forschungsstands zu analysieren. Sie sind ferner in der Lage, bestehende Marketingkonzepte zu bewerten und diese zu überarbeiten, zu erweitern oder zu überarbeiten, um ein Marketingkonzept zu entwickeln, das den Bedürfnissen digital orientierter Konsument*innen gerecht wird. Die Lehrmethoden zielen darauf ab, die Studierenden in die Lage zu versetzen, ihre eigene Vorstellung von digitalem Marketing zu entwickeln, einschließlich praktischer Konzepte, und die Fähigkeiten zu fördern, die zur Bewältigung der marketingbezogenen Herausforderungen von Unternehmen in einer "VUKA"-Welt erforderlich sind. Der Kurs zielt daher darauf ab, die Fähigkeiten der Teilnehmenden in den Bereichen Kreativität, kritisches Denken, Kommunikation und Zusammenarbeit zu stärken.

Ergänzendes Qualifikationsziel ist ein fundierter Umgang mit dem Thema in englischer Sprache.

Lehrinhalte

Dieser Kurs führt die Studierenden in Strategien und Methoden des digitalen Marketings ein. Dazu werden sowohl theoretische Grundlagen und aktuelle Forschungsergebnisse als auch Praxisbeispiele kleiner und mittlerer Unternehmen herangezogen. Ausgewählte Schwerpunkte sind strategische Entscheidungen, Kundenbeziehungen und Kundenverhalten in digitalisierten Märkten, die digitale Customer Journey und die wachsende Bedeutung digitaler Kommunikation für Kundenbindung und -gewinnung. Die Teilnehmenden wenden den theoretischen Hintergrund an, indem sie ein eigenes digitales Marketingkonzept für einen Praxisfall entwickeln.

Als zentrale Maßnahme zum Erreichen der Qualifikationsziele wird die Kontaktzeit in Form einer Exkursion erbracht wird. Im Mittelpunkt stehen der Besuch von Unternehmen und Gespräche mit Expert*innen, die im Bereich des digitalen Marketings relevante Praxisbeispiele beisteuern können.

Um das Selbststudium flexibel zu gestalten, wird das gesamte Lernmaterial online zur Verfügung gestellt und die Prüfung kann synchron oder asynchron erbracht werden.

Literatur

- Kingsnorth, S.: Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing. Kogan Page.
- Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 4.0. Wiley&Sons.
- Kotler, P./ Kartajaya, H./ Setiawan, I.: Marketing 5.0. Wiley&Sons.

Abhängig vom Thema werden ergänzende Literatur, unabhängige Forschungsergebnisse und Best Practice Beispiele aus der Praxis einbezogen.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Schößler	Digitales Marketing	4

Modulbezeichnung (eng.)	Wirtschaftsethik (Business Ethics)
Semester (Häufigkeit)	2 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Marketing & Leadership)
Dachthema	Nachhaltigkeit
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Portfolio
Prüfungsumfang/-dauer	• Kurzreferat (ca. 20 min.), 25 % der Leistung • Whitepaper/Thesenpapier (ca. 3 Seiten), 25 % der Leistung • Fallstudie (bis zu 5 Seiten), 50 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Fallstudien, Rollenspiele, Lehrgespräch, Lektüre
Modulverantwortliche*r	M. Grautmann

Qualifikationsziele

Wissen und Verstehen: Absolvent*innen kennen Grundbegriffe und epistemeologische Grundpositionen der Ethik, der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Sie sind in der Lage diese abzugrenzen und im Hinblick auf ihre wissenschaftliche und praktische Relevanz hin zu evaluieren.

Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen: Sie können ethische Fragen theoretisch und mit Bezug zur beruflichen Praxis mittels des erworbenen fachlichen Wissens reflektieren und dadurch zu begründeten Werturteilen kommen. Dabei verfolgen sie eine interdisziplinäre Herangehensweise, die philosophische, hermeneutische und sozialwissenschaftliche Methodiken miteinander vereint.

Professionalität: Die Absolvent*innen sind in der Lage, ethisch relevante Fragestellungen im Beruf zu erkennen, diese zu bewerten und zu entscheiden. Dabei orientieren sie sich an den Grundprinzipien verantwortungsvoller Führung. Sie entwickeln eine persönliche Haltung zu Wertfragen und reflektieren ihre Rolle im Wertesystem von Unternehmen und Gesellschaft.

Kommunikation und Kooperation: Die Absolvent*innen sind in der Lage, Wertefragen im Unternehmen praxisorientiert zu thematisieren. Sie kennen Instrumente des Wertemanagements und können diese lösungsorientiert einsetzen.

Lehrinhalte

- Was ist Ethik und was hat sie in der Wirtschaft zu suchen? (Grundlagen)
Grundbegriffe, Denktraditionen, ethische Urteilsbildung, Ethik in der Wirtschaft
- Was bedeuten Anstand, Verantwortung und Gerechtigkeit im Wirtschaftsleben? (normative Ebene) Werte und Wirtschaft, Unternehmenswerte, Führungshandeln und Werte
- Wie lassen sich ethische Maximen in der Wirtschaft leben? (strategisch-operative Ebene)
Wirtschaftsethik als Disziplin, Ethik im Unternehmen „managen“, Wertemanagement, CSR, Corporate Governance
- Was sind aktuelle, ethische Herausforderungen für Unternehmen und Führungskräfte?
nachhaltiges Wirtschaften als normatives Leitprinzip, Verantwortung in der Globalisierung, Führungsverantwortung in der digitalen Transformation

Literatur

- Aaken, D. van/Schreck, P. (Hrsg.): Theorien der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Suhrkamp.
- Erpenbeck, J./Sauter, W./Arnold, R.: Wertungen, Werte – das Fieldbook für ein erfolgreiches Wertemanagement, Springer.
- Göbel, E.: Unternehmensethik: Grundlagen und praktische Umsetzung, UVK Verlag.
- Schneider, A. (Hrsg.): Corporate Social Responsibility: Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis, Springer-Gabler.
- Ulrich, P.: Integrative Wirtschaftsethik: Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Haupt Verlag.
- Wunder, Thomas, Rethinking Strategic Management Sustainable Strategizing for Positive Impact, Springer EBooks.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
M. Grautmann	Wirtschaftsethik	4

Modulbezeichnung (eng.)	Leadership im Kontext Strukturwandel (Leadership in the context of structural change)
Semester (Häufigkeit)	3 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Marketing & Leadership)
Dachthema	Strukturwandel
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Personalführung, Führungskonzepte
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Ca. 20 Seiten inkl. 15-minütiger Präsentation (Gruppen bestehend aus jeweils zwei Studierenden)
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung
Modulverantwortliche*r	F. Dorozalla

Qualifikationsziele

Die Absolvent*innen können Situationen und Perspektiven aus Sicht von Führungskraft sowie geführten Mitarbeitenden in die Führung einbringen. Sie können konkrete Herausforderungen von Unternehmen zur Führung selbstständig beurteilen. Sie sind dazu in der Lage, den Strukturwandel aus technologischer, administrativer und organisatorischer Sicht in den Führungskontext zu integrieren und sinnvoll zu verknüpfen. Die Absolvent*innen können unterschiedliche Führungskonzepte vor dem Hintergrund des Strukturwandels eigenständig bewerten. Sie können ihren Führungsstil an die Anforderungen des Strukturwandels anpassen und verschiedene Formen der virtuellen Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Online-Tools gestalten.

Lehrinhalte

- Führungstheorien und -konzepte aus Sicht von Führenden und Geführten
- Neue Führungstheorien und ethische Führungsherausforderungen
- Aspekte und Auswirkungen des Strukturwandels
- Die Organisation als Sozialsystem
- Situationsorientierte Führung im agilen Management

Literatur

- Creusen, U./Gall, B./Hackl, O.: Digital Leadership: Führung in Zeiten des digitalen Wandels, Springer-Gabler.
- Hughes, M.: The Leadership of Organizational Change, Routledge.
- Jacobsen, H.: Strukturwandel von Arbeit: Strukturwandel der Arbeit im Tertiarisierungsprozess. In: Handbuch Arbeitssoziologie, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Petry, T. (Hrsg.): Digital Leadership. Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, Haufe-Lexware.
- Sheninger, E.: Digital Leadership: Changing Paradigms for Changing Times, Corwin Press.
- Stock-Homburg, R., Groß, M. (2019). Personalmanagement, Springer-Gabler.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
F. Dorozalla	Leadership im Kontext Strukturwandel	4

Modulbezeichnung (eng.)	Ringvorlesung: Agiles Management (Lecture series: Agile Management)
Semester (Häufigkeit)	4 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Marketing & Leadership)
Dachthema	Agilität
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten
Lehr- und Lernmethoden	Ringvorlesung
Modulverantwortliche*r	T. Schößler

Qualifikationsziele

Im Rahmen einer Ringvorlesung haben Absolvent*innen verschiedene Persönlichkeiten mit unterschiedlichen Managementansätzen kennengelernt.

Absolvent*innen

- können verschiedene praktische Führungsansätze und die damit einhergehenden Chancen und Risiken einordnen.
- sind sich der zukünftigen Herausforderungen für Unternehmen vor dem Hintergrund Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Strukturwandel bewusst und können in diesem Kontext zum Begriff „Agilität“ einordnen.
- hinterfragen die Aussagen der Vortragenden kritisch und formulieren eigene Hypothesen für zukünftig potenziell erfolgreiche agile (oder bewusst nicht agile) Managementansätze.

Lehrinhalte

Im Rahmen einer Vortragsreihe mit aktuellen oder ehemaligen Führungskräften, jeweils mit einem Thema rund um das Thema „Agiles Management“ erhalten Studierende einen vielfältigen Einblick in die Praxis des Managements.

Auf der Grundlage der verschiedenen Vortragsthemen verfassen die Studierenden eine Hausarbeit, in der das Thema „Agiles Management“ im Fokus steht. Dabei sollen eigene Hypothesen für zukünftig potenziell erfolgreiche agile (oder nicht agile) Managementansätze entwickelt werden.

Literatur

- Scherber, S./Lang, M. (Hrsg.): Agile Führung – Vom agilen Projekt zum agilen Unternehmen, symposium.
- Thomaschewski, D./Völker, R. (Hrsg.): Agiles Management, Kohlhammer.
- Deeken, M./Fuchs, T.: Agiles Management als Antwort auf die Herausforderungen der Digitalisierung, Springer-Gabler.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
T. Schößler	Ringvorlesung: Agiles Management	4

3.4 Accounting & Finance

Modulbezeichnung (eng.)	E-Controlling (E-Controlling)
Semester (Häufigkeit)	1 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Accounting & Finance)
Dachthema	Digitalisierung
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Grundlagen des Controllings
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten inkl. nicht bewerteter Vorstellung der Ergebnisse in der Gruppe
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übungen und Seminar mit Projektanteilen, Praxisvorträgen und Exkursionen
Modulverantwortliche*r	C. Wilken

Qualifikationsziele

Die Digitalisierung ermöglicht eine radikale Neugestaltung von Geschäftsprozessen, die auch vor Controlling-Prozessen nicht halt machen. Gleichzeitig werden neue Geschäftsmodelle ermöglicht, die auf der Basis des Web z.B. Serviceleistungen ermöglichen, die früher aufwändiger zu erbringen waren. Letztlich ist unter dem Stichwort des Cloud Computing heute rein informationstechnisch die Auslagerung von Datenhaltung möglich.

Alle diese Entwicklungen haben einen teilweise erheblichen Einfluss auf das Controlling. Sie verändern die Arbeitswelt von Controller*innen zum Teil erheblich. Dabei dürften die genannten Stichworte lediglich eine erste Bestandsaufnahme sein, wie das Web den Bereich Controlling durchdringt. Sie lassen sich alle unter dem Begriff "E-Controlling" subsumieren.

Die Lehrveranstaltung E-Controlling greift diese Entwicklungen auf und qualifiziert die Studierenden insbesondere in folgender Weise:

- Die Absolvent*innen können die Auswirkungen des E-Business und der Web-Technologien auf Funktion, Aufgaben und Berufsfeld des Controllings erklären.
- Sie können Instrumente für E-Businesses entwickeln und vorhandene Lösungen vergleichend bewerten.
- Sie können E-Projekte planen, steuern und über ihre Fortschritte auch in agilen Planungsprozessen reporten.
- Sie können Datenhaltungsarchitekturen für Unternehmen und ihre Anforderungen erläutern und Controlling-Software zur Lösung von Planungs- und Reporting-Aufgaben anwenden.

Lehrinhalte (1)

1. Controlling: Wesen, Funktion und Aufgaben; Controller*innen-Leitbild und Controller*innen-Rollen
2. E-Commerce: Neue Geschäftsmodelle; Auswirkungen der Digitalisierung auf Unternehmen und Organisationen;
3. E-Controlling: Begriffsbestimmung und Scope des E-Controllings; Neue Aufgabenfelder des Controllings; Neue Anforderungsprofile und verwandte Berufsfelder Anpassung bestehender Controlling-Instrumente
4. Controlling von E-Businesses: Instrumente, KPI

Lehrinhalte (2)

5. Controlling von E-Projekten: Instrumente, KPI
6. Web-gestütztes Controlling: Datenhaltung und -analyse; Business Intelligence; Softwaresysteme; E-Reporting

Die Wissenschaftlichkeit wird durch intensive theoretische Erarbeitung der Themen durch die Studierenden sichergestellt. Ziel ist es, zu ausgewählten Fragestellungen im Rahmen der oben genannten Lehrinhalte veröffentlichungsfähige Aufsätze als Hausarbeit zu generieren. Bei Nachweis einer entsprechenden Qualität (Reviewverfahren), sollen diese gebündelt im Rahmen der Schriftenreihe der Hochschule veröffentlicht werden.

Die Erstellung der Hausarbeiten bindet einen Großteil des Selbststudiums; sie kann zu selbstbestimmten Zeiten erfolgen. In den Präsenzphasen werden

- Übungsaufgaben bearbeitet und Controlling-Aufgaben am Rechner durch Nutzung von z.B. Controlling-Software simuliert,
- Unternehmen besucht, die im Hinblick auf das E-Controlling oder das E-Business einen hohen Entwicklungsstand haben,
- Praktiker*innen oder Expert*innen zu ausgewählten Themenbereichen eingeladen und referieren und
- die bis dahin erarbeiteten Grundlagen von den Studierenden vorgestellt und mit den jeweils anderen Studierenden diskutiert. Hierdurch werden die Ergebnisse allen bekannt gemacht, und eigene Erkenntnisse können reflektiert werden. Zudem lernen die Studierenden voneinander.

Vorgesehen ist ferner ein wissenschaftlicher Peer-Prozess, d.h., dass die Studierenden ihre Hausarbeitsthemen in den Präsenzphasen vorstellen. Die übrigen Studierenden sollen zu diesen Methoden Stellung nehmen und Anregungen zur Verbesserung geben bzw. erhalten.

Zudem sollen die angefertigten Hausarbeiten von anderen Studierenden gegengelesen werden, und dabei auf formale Unzulänglichkeiten hingewiesen werden (z.B. Formulierung, Zitierweise etc.) als auch inhaltliche Verbesserungsvorschläge erhalten (z. B. Vermeidung von Pauschalaussagen, Verifizierung). Dieser kann zeitlich von den Studierenden selbst organisiert werden und ggf. online stattfinden.

Literatur

- Weber, J./Schäffer, U.: Einführung in das Controlling, Schäffer/Poeschel.
- Meier, A./Zumstein, D.: Web Analytics & Web Controlling, dpunkt.
- Schön, D./Planung und Reporting im BI-gestützten Controlling, Springer.
- Becker, W./Ulrich, P./Schmid, O./Feichtinger, C.: Industrielle Digitalisierung: Entwicklungen und Strategien für mittelständische Unternehmen, Springer.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
C. Wilken	E-Controlling	4

Modulbezeichnung (eng.)	Green Accounting (Green Accounting)
Semester (Häufigkeit)	2 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Accounting & Finance)
Dachthema	Nachhaltigkeit
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: K2-Klausur
Prüfungsumfang/-dauer	Zweistündige Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung, Inverted Classroom
Modulverantwortliche*r	K. Henkel

Qualifikationsziele

Wissen und Verstehen: Absolvent*innen kennen die Grundbegriffe des Green Accountings und können diese in den Kontext der Nachhaltigkeitsberichterstattung (Environment, Social, Governance) sowie Finanzberichterstattung einordnen.

Einsatz, Anwendung, Erzeugung von Wissen:

Fragestellungen bezüglich Green Accounting können von den Absolvent*innen theoretisch und mit Bezug zur beruflichen Praxis mittels des erworbenen fachlichen Wissens reflektiert werden und sie können dadurch zu begründeten Werturteilen kommen.

Professionalität: Die Absolvent*innen sind in der Lage, Fragestellungen zu Green Accounting im Beruf zu erkennen, diese zu bewerten und zu entscheiden. Dabei orientieren sie sich insbesondere an den europäischen und internationalen Nachhaltigkeitsstandards (Sustainability Standards).

Kommunikation und Kooperation: Die Absolvent*innen sind in der Lage, Fragen zu Green Accounting im Unternehmen praxisorientiert zu thematisieren. Sie kennen die jeweiligen relevanten Rahmenwerke der Nachhaltigkeitsberichterstattung und können diese lösungsorientiert einsetzen.



Lehrinhalte (1)

- Was ist Green Accounting und wieso ist dieses für die Wirtschaft wichtig? (Grundlagen) Nachhaltigkeit (berichterstattung), EU Green Deal, Environment (E), Social (S), Governance (G), Doppelte Materialität, Up- und Down-Stream, outside-in versus inside-out, SDG u.a.
- Welches sind die relevanten Rechtsvorschriften und Institutionen?
- Global, International, EU, Deutschland.
- Was ist Gegenstand der unmittelbaren Nachhaltigkeitsberichtspflichten eines realwirtschaftlichen Unternehmens?
- Finanzberichterstattung (HGB, IFRS), Nachhaltigkeitsberichterstattung (NFRD, CSRD, EU TaxVO), Praxisbeispiele dazu.

Lehrinhalte (2)

- Was ist Gegenstand der mittelbaren Nachhaltigkeitsberichtspflichten eines realwirtschaftlichen Unternehmens? Zusammenhang zwischen ESG-Berichts- und Offenlegungspflichten von Banken und realwirtschaftlichen Unternehmen, ESG-Berichts- und Offenlegungspflichten von Finanzinstituten (CSRD, EU TaxVO, SFDRS, aufsichtsrechtliche Vorschriften), Praxisbeispiele dazu
- Was für weitere fachliche Überlegungen gibt es zu Green Accounting / Nachhaltigkeitsberichterstattung?
- Nachhaltigkeitsberichterstattung KMU, IASSB versus EFRAG, Gemeinwohlökonomie, QuartaVista, Value Balancing Alliance (VBA)
- Was sind erste Schritte auf dem Weg zum eigenem Nachhaltigkeitsbericht
Vorgehensweise, Datenmodell / IT-Systeme, Aufbau- / Ablauforganisation, Personal

Literatur

- Hinweis: Da relativ neues Thema, sind noch keine Lehrbücher in deutscher Sprache zu der Thematik vorhanden.
- Fachartikel aus den einschlägigen Fachzeitschriften, wie z.B. die Wirtschaftsprüfung (WPg), Zeitschrift für internationale und kapitalmarktorientierte Rechnungslegung (KoR IFRS), Zeitschrift für Internationale Rechnungslegung (IRZ) u.a.
- Adams, C.A.: Handbook of Accounting and Sustainability, Edward Elger, GB.
- IFRS Sustainability Disclosure Standards (SDS) issued by the International Sustainability Standard Board (ISSB).
- European Sustainability Reporting Standards (ESRS) issued by the European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG).

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
K. Henkel	Green Accounting	4

Modulbezeichnung (eng.)	Finance & Corporate Governance (Finance & Corporate Governance)
Semester (Häufigkeit)	3 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Accounting & Finance)
Dachthema	Strukturwandel
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	20 min. Präsentation sowie 10 min. Diskussion im Plenum
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Arbeitsgruppen
Modulverantwortliche*r	W. Portisch

Qualifikationsziele

Die Absolvent*innen sind in die Lage den Strukturwandel in der Finanzierung zu beschreiben, zu analysieren und zu beurteilen. Sie können Marktveränderungen bei den (neuen) Finanzierungspartner*innen und Finanzinstrumenten erkennen, analysieren und beurteilen. Sie können die Auswirkungen des technologischen Wandels (u.a. Blockchain) analysieren. Sie können den Wandel aus der klassischen Bankbeziehung heraus bewerten und selbst neue Lösungen für Finanzangebote aus Unternehmenssicht kreieren. Sie können mit Stakeholdergruppen sachgerecht kommunizieren und mit Fachvertretenden diskutieren.

Die Absolvent*innen können die unterschiedlichen rechtsformabhängigen Governance-Strukturen problembasiert einschätzen und Lösungen für Fragestellungen erarbeiten. Sie können die Beurteilung der Corporate-Governance-Strukturen (Vorstand, Aufsichtsorgan) von unterschiedlichen Kodizes und gesetzlichen Vorgaben vornehmen. Sie können die Ausrichtung der Führungsstrukturen vor dem Hintergrund der Diversität bewerten und Lösungen erarbeiten. Speziell die Quote der Frauen in Vorstand und Aufsichtsrat ist in der Praxis in vielen Branchen noch gering und es sollen Möglichkeiten der Ausgeglichenheit und des Aufbaus von Frauen für die Arbeit in diesen Gremien diskutiert werden. Sie können die Unabhängigkeit und die Kompetenzanforderungen an Überwachungsorgane einschätzen. Sie können unterschiedliche Vergütungssysteme und Anreizsysteme bewerten, kennen die rechtlichen Grundlagen und die Fallstricke in der Praxis.

Lehrinhalte (1)

Ein Schwerpunkt der Veranstaltung richtet sich auf den Wandel in der Finanzierung, der beteiligten Finanzierungspartner*innen und Finanzierungsstrukturen. Die Digitalisierung hat auch die Finanzierungsinstrumente und Finanzbeziehungen von Unternehmen und ihrer Finanzierungspartner*innen erreicht (neue Internetbanken, Bankensterben Blockchain, digitale Finanzierungskommunikation, Finanzauktionen, neue Marktagierende, isolierte Finanzangebote als Dienstleistungen). Der Strukturwandel ist hier im Gange. Diese Änderungen sollen aus Sicht der unterschiedlichen Stakeholderperspektiven und der neuen Instrumente erarbeitet werden. Des Weiteren werden die Bedeutung und die Arbeit der Bankenaufsicht und der EZB einbezogen (Aufsicht, Zinspolitik, Inflation).

Lehrinhalte (2)

Finanzierung ist eng verbunden mit Corporate-Governance-Strukturen. Daher liegt der zweite Schwerpunkt der Veranstaltung auf der Steuerung der Leitungsstrukturen in Unternehmen. Es wird eine ganzheitliche Stakeholdersicht eingenommen. Das unternehmenseigene Corporate-Governance-System besteht aus der Gesamtheit relevanter Gesetze, Richtlinien, Kodizes, Absichtserklärungen, Unternehmensleitbild, und Gewohnheit der Unternehmensleitung und Unternehmensüberwachung. Dabei ist der Deutsche Corporate Governance Kodex mittlerweile ein wichtiges Regelwerk. Des Weiteren finden Elemente der Unternehmensethik, der Diversität, der Corporate Social Responsibility sowie der Unternehmenskultur Eingang in die Veranstaltung.

Anhand der fiktiven Gründung eines Unternehmens mit Vorstand und Aufsichtsrat, sollen die vielfältigen Themen praxisnah bearbeitet werden. Die Studierenden lernen einen Aufsichtsrat zu gründen, die Aufgaben auf Ausschüsse zu verteilen und Gremiensitzungen anhand konkreter Fragestellungen, insbesondere zur Finanzierung, abzuhalten und Entscheidungen problemorientiert treffen.

Literatur

- Bungartz, O.: Handbuch Interne Kontrollsysteme, Erich Schmidt Verlag.
- Hillier, D./Ross, S. (Hrsg.): Corporate Finance European Edition (engl.), McGraw-Hill Education Ltd.
- Goergen, M.: Corporate Governance (engl.), Cengage Learning EMEA.
- Hopt K. J./ Binder, J.-H./Böcking, H.-J. (Hrsg.): Corporate Governance von Banken und Versicherungen, Vahlen / C.H. Beck.
- Schiller, M.: Der Deutsche Corporate Governance Kodex: Ziele, Wirkungen, Anwendungs- und Haftungsfragen, Akademikerverlag.
- Schwieters, N.: Corporate Governance, Vahlen.
- Welge, M.K./Eulerich, M.: Corporate-Governance-Management, Springer-Gabler
- Portisch, W.: Finanzierung im Unternehmenslebenszyklus, De Gruyter Oldenbourg.
- Portisch, W./Cranshaw, F.L.: Praxishandbuch Restrukturierung nach StaRUG, De Gruyter Oldenbourg.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
W. Portisch	Finance & Corporate Governance	4

Modulbezeichnung (eng.)	Integrierte Finanzplanung (Integrated Financial Planning)
Semester (Häufigkeit)	4 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Accounting & Finance)
Dachthema	Agilität
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Buchführung, Bilanzielles Rechnungswesen, Grundlagen des Controllings
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: K1-Klausur und Projektbericht
Prüfungsumfang/-dauer	• K1-Klausur: Einstündige Klausur, 30 % der Leistung • Projektbericht: Gruppenbericht mit einem Umfang von ca. 10 Seiten, 70 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Übung am Rechner, (Gruppen-)Projekt
Modulverantwortliche*r	J. Handzlik

Qualifikationsziele

Der Fokus liegt auf dem Wissensverständnis, der Nutzung und dem Transfer von vorhandenem Wissen, sowie der Kommunikations- und Kooperationskompetenz.

Absolvent*innen

- haben ein gutes Verständnis für das Zusammenspiel von GuV, Bilanz und Cashflow und die damit zusammenhängende Bedeutung für die Finanzplanung von Unternehmen;
- können die Bedeutung der Planung innerhalb des Controllings einordnen;
- entwickeln selbstständig und softwaregestützt eine integrierte Finanzplanung für ein konkretes Fallbeispiel;
- können Projektergebnisse in einem Bericht managementgerecht komprimiert dokumentieren und präsentieren.

Lehrinhalte (1)

Im ersten Teil des Moduls erhalten die Studierenden im Rahmen von Vorlesungen das relevante Theoriewissen zum Thema „Integrierte Finanzplanung“. Darüber hinaus lernen sie in einem zweitägigen Workshop den Umgang mit einer professionellen Planungssoftware (LucaNet). Dieser wird durch Mitarbeiter*innen des Softwareentwicklers betreut. Im Anschluss daran wird das erlangte Wissen im Rahmen einer K1-Klausur überprüft.

Im zweiten Teil des Moduls erstellen die Studierenden in der Rolle eines/einer CFO von einem Unternehmen in Teams mithilfe der Planungssoftware eine integrierte Finanzplanung für ein fiktives (oder ggf. auch reales) Fallbeispiel. Dabei liegt der Fokus auf einer selbstgesteuerten Erarbeitung durch die Studierenden. Dies schließt auch den Umgang mit der Software ein. Die Ergebnisse präsentieren die Studierenden im Rahmen eines professionell aufbereiteten Planungsberichts vor einem fiktiven Aufsichtsrat (den anderen Studierenden).

Lehrinhalte (1)

Der Bezug zum Dachthema „Agilität“ ergibt sich einerseits, indem die zukünftige Bedeutung der integrierten Finanzplanung in einer zunehmend volatilen, unsicheren, komplexen und ambivalenten (VUKA) Umwelt – in der zukünftige Entwicklungen immer weniger planbar sind und für Unternehmen Agilität und Resilienz zu kritischen Erfolgsfaktoren werden – ausführlich diskutiert wird. Andererseits werden bei den Projekten agile Lehrelemente eingesetzt: Den Studierenden wird ein prozessualer Rahmen zur Erarbeitung der Finanzplanung vorgegeben, der in verschiedene Phasen (Sprints) unterteilt ist. Das Projekt ist inhaltlich gleichzeitig ergebnisoffen und die Studierenden sind frei bei der inhaltlichen Gestaltung und Art der Dokumentation.

Literatur

- Crone, A./Werner, H.: Modernes Sanierungsmanagement, Vahlen.
- Kleinhietpaß, G./Radinger, G.: Finanzcontrolling – Bilanz und GuV planen – Liquidität und Wert steigern, Verlag für ControllingWissen.
- Uskova, M./Schuster, T.: Finanzplanung, Investitionscontrolling und Finanzcontrolling, Springer-Gabler.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
J. Handzlik	Integrierte Finanzplanung	4

3.5 Innovation & Projects

Modulbezeichnung (eng.)	Digitale Produktinnovationen (Digital Product Innovation)
Semester (Häufigkeit)	1 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Innovation & Projects)
Dachthema	Digitalisierung
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	englischsprachige Lehrveranstaltung
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Referat
Prüfungsumfang/-dauer	• Übungsaufgabe im Umfang von ca. 30 Stunden • Mündliche Einzelprüfung in der Gruppe von 15 Minuten Dauer
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Case Studies, Praxisvorträge, Exkursionen
Modulverantwortliche*r	A. Wolf

Qualifikationsziele

Die Absolvent*innen

- erlangen ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der Grundlagen von Transformationsprozessen in Unternehmen am Beispiel von Produktinnovationen;
- entwickeln durch marktorientiertes Denken und Interpretation von Marktsituationen und -ergebnissen sinnvolle Produktinnovationen;
- stellen die Theorie und Praxis gegenüber, reflektieren kritisch und grenzen unterschiedliche Perspektiven kritisch voneinander ab;
- schaffen mit innovativen Methoden und Werkzeugen in anwendungsorientierten Praxisprojekten durch Teamarbeit und Kooperationsfähigkeit in der Gruppe Lösungsansätze und realisieren diese eigenständig;
- formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs theoretisch und methodisch fundiert argumentieren und begründen;
- präsentieren professionell ihre Lösungen, begründen ihre Gestaltungs- und Entscheidungsgründe und setzen diese kritisch in Bezug zu gesellschaftlichen Erwartungen und Folgen.

Lehrinhalte (1)

Digitale Technologien wirken sich auf Geschäftsmodelle etablierter Unternehmen aus. Die Transformation von traditionellen Playern durch neuen Technologien schafft neue Werte in Geschäftsmodellen, Kund*innenerfahrungen und den internen Unternehmensfunktionen, die die bestehenden Kernoperationen unterstützen.

Eine digitale Transformationsstrategie fordert Unternehmen, ihre Geschäftsprozesse zu verbessern und neue Funktionen und Geschäftsmodelle zu entwickeln. In dieser wirtschaftlichen Realität, in der ganze Branchen durcheinandergeraten, ist umsetzbare Intelligenz in innovativen Produkten die neue Währung.

Lehrinhalte (2)

Die digitale Transformation ist die Integration digitaler Technologie in alle Bereiche eines Unternehmens. Sie verändert grundlegend, wie Unternehmen operieren und einen Mehrwert für ihre Kundschaft schaffen, um (weiterhin) wettbewerbsfähig zu bleiben. Es ist auch ein kultureller Wandel, bei dem Unternehmen ständig den Status Quo hinterfragen, experimentieren und sich mit dem Scheitern abfinden müssen.

Die digitale Transformation bietet eine wertvolle Gelegenheit für Kerngeschäftsfunktionen ebenso wie auch Produktinnovationen, um mit verschiedenen Tools wie Big Data Analytics, Maschinelles Lernen oder Cloud die Bedürfnisse der Kunden (noch) besser zu erfüllen.

Literatur

- Wirtz, B.W. (2019): Digital Business Models, Concepts, Models, and the Alphabet Case Study, Springer.
- Rogers, D.L. (2016): Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age, Columbia Business School Publishing.
- Schaeffer, E / Sovie, D. (2019): Reinventing the Product: How to transform your Business and Create Value in the Digital Age, Kogan Page.
- Ries, E. (2017): The Lean Startup – How today's Entrepreneurs uses Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Currency.
- Schmarzo B./ Borne, K. (2020): The Economics of Data, Analytics, and Digital Transformation: The theorems, laws, and empowerments to guide your organization's digital transformation, Packt Publishing.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
A. Wolf	Digitale Produktinnovationen	4

Modulbezeichnung (eng.)	Energiemanagement und Klimaeffizienz (Energy Management & Climate efficiency)
Semester (Häufigkeit)	2 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Innovation & Projects)
Dachthema	Nachhaltigkeit
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Grundlagen der Physik (Schulniveau)
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-20 Seiten inkl. Präsentation 15-20 Minuten
Lehr- und Lernmethoden	Lehrvortrag, fallstudien- und projektbasiertes Lernen, Flipped-Classroom-Elemente
Modulverantwortliche*r	M. Hanfeld

Qualifikationsziele

Die Absolvent*innen kennen die Ursachen für den Klimawandel und verstehen die Wechselwirkungen zwischen Energieversorgung und Klimaschutz. Darauf aufbauend sind die Absolvent*innen in der Lage, den Einfluss der energetischen Dimension des Managements der betrieblichen Leistungserstellungsprozesse auf das Klima zu bewerten und kennen korrespondierende (energie-)technische Grundprinzipien und Systeme aus der Sicht der Energieanwendung grundlegend.

Die Absolvent*innen können den Stellenwert des betrieblichen Energiemanagements zur Verringerung/Vermeidung von Treibhausgasemissionen beurteilen und kennen grundlegende Ansätze zur Messung und Bewertung von Treibhausgasemissionen und können diese Ansätze auf der Basis von Fallbeispielen anwenden.

Die Absolvent*innen sind in der Lage, den energetischen Ist-Zustand eines Unternehmens datenbasiert zu erfassen, darzustellen, die Analyseergebnisse zu bewerten und Maßnahmen zur Verbesserung der energetischen Situation abzuleiten

Die Absolvent*innen kennen ausgewählte Ansätze für das Energiemanagement sowie deren Anforderungen und sind in der Lage diese Ansätze zu ausgewählten Aspekten in Unternehmen einzuführen, zu betreiben und den Nutzen zu bewerten

Lehrinhalte (1)

- Ursachen des Klimawandels
- Energie- und Klimapolitische Rahmenbedingungen für Unternehmen
- Rechtlicher Rahmen im Bereich Energieeffizienz/Energiemanagement und Klimaschutz für Unternehmen
- Technische Grundlagen und Rahmenbedingungen der Energieanwendung
- Energiemanagementsysteme nach ISO 5000x
- Ableitung einer industriellen Energiestrategie/Energiepolitik
- Beschaffung und Auswertung von energierelevanten Daten
- Energiekennzahlen

Lehrinhalte (2)

- Effizienzmaßnahmen
- Softwaretools für das Energiemanagement

Literatur

- Kals, J.: Betriebliches Energiemanagement. Eine Einführung, Kohlhammer.
- Matzen, F. J./Tesch, R.: Industrielle Energiestrategie. Praxishandbuch für Entscheider des produzierenden Gewerbes, Springer-Gabler.
- Posch, W.: Ganzheitliches Energiemanagement für Industriebetriebe, Springer-Gabler.
- Hesselbach, J.: Energie- und klimaeffiziente Produktion. Grundlagen, Leitlinien und Praxisbeispiele, Vieweg+Teubner Verlag.

Weitere relevante Literatur wird in den Lehrveranstaltungen benannt.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
M. Hanfeld	Energiemanagement und Klimaeffizienz	4

Modulbezeichnung (eng.)	Operational Excellence (Operational Excellence)
Semester (Häufigkeit)	3 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Innovation & Projects)
Dachthema	Strukturwandel
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Projektbericht
Prüfungsumfang/-dauer	Projektbericht (15-20 Seiten) inkl. Präsentation (15-20 Minuten)
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Projekt
Modulverantwortliche*r	D. Schleuter

Qualifikationsziele

Nach einer theoretischen Einführung in die Thematik (Lean Management, Logistik 4.0; Awards, Quick Checks, ...) kennen die Absolvent*innen unterschiedliche Aspekte und Dimensionen von Operational Excellence. Sie können, entsprechend abgestimmter Aufgabenstellungen, geeignete Methoden / Ansätze auswählen und in Form von standardisierten Quick Checks aufbereiten. Durch die praktische Anwendung der Quick Checks in den Partnerunternehmen der Initiative Operational Excellence Nord-West vertiefen die Studierenden Ihre Kenntnisse gemäß der Lean Philosophie „Sehen lernen“. Thematisch können die Checks aus folgenden Teilbereichen stammen:

- Lean Management (Produktion / Verwaltung)
- Beschaffung
- Intralogistik / Produktion
- Distribution
- Digitalisierung (4.0 Ansätze)
- Nachhaltigkeit

Durch die Aufbereitung der Ergebnisse sowie der Vorstellung (in den Unternehmen), steigern die Studierenden Ihre Präsentationskompetenzen und reflektieren die eigene Arbeit.

Lehrinhalte

- Lean Management (Wertstromdesign, Shopfloor Management, Change Management, ...)
- Logistik 4.0 (VR/AR, RFID, RTLS, AGV, Bin Picking, ...)
- Awards (Manufacturing Excellence Award; Lean and Green Award; Best of industry Award; ...)
- Nachhaltigkeit (Alternative Antriebe, Materialeffizienz, ...)

Literatur

- Ten Hompel M./Bauernhansel T./ Vogel-Heuser B. (Hrsg.): Handbuch Industrie 4.0; Band 3: Logistik, Springer-Vieweg.
- Jungkind W./Könneker M./Pläster I./Reuber M.: Handbuch der Prozessoptimierung; Die richtigen Werkzeuge auswählen und zielsicher einsetzen, Hanser.
- Reichert D./Cito C./Barjasic I.: Lean & Green: Best Practice; Wie sich Ressourceneffizienz in der Industrie steigern lässt, Springer-Gabler.
- Wiegand B.: Der Weg aus der Digitalisierungs Falle; Mit Lean Management erfolgreich in die Industrie 4.0, Springer-Gabler.
- Convis Gary L./Liker Jeffrey K.: The Toyota Way to Lean Leadership; McGraw-Hill Education Ltd.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
D. Schleuter	Operational Excellence	4

Modulbezeichnung (eng.)	Agiles Projektmanagement (Agile Project Management)
Semester (Häufigkeit)	4 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Innovation & Projects)
Dachthema	Agilität
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	englischsprachige Lehrveranstaltung
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Referat
Prüfungsumfang/-dauer	Präsentation (15 Min. Präsentation inkl. Diskussion) eines selbst erstellten Posters zur Durchführung eines (agilen) Projektes.
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Seminaristischer Unterricht, Übung
Modulverantwortliche*r	O. Passenheim

Qualifikationsziele

Die Absolvent*innen erkennen die wichtigsten Rollen und Prozesse im Rahmen eines kleinen und wenig komplexen Projekts und verfügen anschließend über breites Wissen zum traditionellen und agilen Projektmanagement und der praktischen Anwendung zur Planung und Steuerung von Projekten.

Die Absolvent*innen können Projekte mittlerer bis hohe Komplexität strukturieren, planen und steuern und dabei sowohl traditionelle als auch agile Projektmanagementansätze einsetzen. Insbesondere die Bedeutung und Wirkung der Verhaltenskompetenz wird dabei reflektiert und mittels Übungen entwickelt.

Die Absolvent*innen können Ziele für die eigene Entwicklung definieren sowie eigene Stärken und Schwächen reflektieren, die eigene Entwicklung insbesondere im Bereich Projektarbeit planen.

Die Absolvent*innen können verantwortlich arbeiten sowie das eigene Kooperationsverhalten in Gruppen kritisch reflektieren und erweitern.

Lehrinhalte (1)

Im Rahmen der Veranstaltung erhalten die Studierenden unter anderem einen Einblick in die Grundlagen und Teildisziplinen des Projektmanagements. Der Fokus wird dabei auf das agile Projektmanagement gelegt.

Es werden die verschiedenen Methoden und deren Zusammenhang vorgestellt und ausgewählte Inhalte in praktischen Übungen erlebt.

Lehrinhalte (2)

Durch gemeinsame Bearbeitung von ausgewählten Bausteinen der klassischen Methoden des Projektmanagements sowie den populären Methoden Scrum und Design Thinking werden die Studierenden in die Lage versetzt die unterschiedlichen Rollen in der Projektarbeit zu verstehen und letztlich die agilen Prinzipien zu erleben. Ebenso sollen die Studierenden verstehen, dass insbesondere mit der Projektarbeit oftmals ein Veränderungsprozess verbunden ist, der mit entsprechenden Herausforderungen verbunden ist.

Die Vielschichtigkeit sowie die Einzigartigkeit von Projekten und deren Auswirkungen sind dabei ebenfalls Aspekte, die im Rahmen der Veranstaltung herausgearbeitet werden. Daher sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden entsprechende Methoden auf Grund der Anforderungen auszuwählen und erste Schritte zur Strukturierung von Projekten durchzuführen.

Literatur

- Kelley, T.: The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America's Leading Design Firm, AbeBooks.
- Nyamsi, E.A.: Projektmanagement mit Scrum, Springer.
- Passenheim, O.: Project Management, Bookboon.
- Passenheim, O.: Change Management, Bookboon.
- Schallmo, D.: Design Thinking erfolgreich anwenden, Springer.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
O. Passenheim	Agiles Projektmanagement	4

3.6 Weitere Wahlpflichtmodule

Modulbezeichnung (eng.)	Operations Research (Operations Research)
Semester (Häufigkeit)	1 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Weitere Wahlpflichtmodule)
Dachthema	Digitalisierung
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	Mathematik I und II, Statistik I und II, Grundlagen der Wirtschaftsinformatik (mind. 25 ECTS)
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Portfolio
Prüfungsumfang/-dauer	- Einstündiger schriftlicher Kurztest, 40 % der Leistung 4-5 Kurzfallstudien mit je 1-2 Seiten Umfang und 10-minütiger Präsentation, 60 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Lehrvortrag, softwaregestütztes Bearbeiten von Fallbeispielen
Modulverantwortliche*r	M. Hanfeld

Qualifikationsziele

- Die Absolvent*innen kennen ausgewählte Optimierungsverfahren und können diese ausgewählten Problemklassen zuordnen.
- Die Absolvent*innen sind in der Lage, komplexe Entscheidungssituationen zu modellieren und unter Anwendung geeigneter Optimierungsverfahren zu lösen.
- Die Absolvent*innen sind in der Lage, Risikoaspekte in die Modellierung einzubeziehen und die Optimierungsergebnisse entsprechend zu interpretieren.
- Die Absolvent*innen sind in Lage, Softwarewerkzeuge (z.B. MS Excel; Matlab; R; Python; GAMS) zur Modellierung und Lösung von Entscheidungsproblemen einzusetzen.

Lehrinhalte

Grundlagen:

- Zeitreihenmodelle
- Lineare Probleme und Lösungsverfahren
- Ganzzahlige und kombinatorische Probleme und Lösungsverfahren
- Dynamische Optimierungsprobleme und Lösungsverfahren
- Warteschlangentheorie
- Evolutionäre Suchstrategien
- Simulation

Problemspezifische Anwendungen:

- Bedarfsprognosen
- Standortplanung
- Prozessdesign
- Bestandsmanagement
- Produktionsplanung
- Portfoliooptimierung
- Revenue Management

Literatur

- Thonemann, U.: Operations Management. Konzepte, Methoden und Anwendungen, Pearson.
- Domschke, W./Drexl, A./Klein, R./Scholl, A.: Einführung in Operations Research, Springer-Gabler.
- Weitere relevante Literatur wird in den Lehrveranstaltungen benannt.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
M. Hanfeld	Operations Research	4

Modulbezeichnung (eng.)	Privates Wirtschaftsrecht (Private Business Law)
Semester (Häufigkeit)	2 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Weitere Wahlpflichtmodule)
Dachthema	Nachhaltigkeit
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	Kenntnisse im Bürgerlichen Recht
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: K2-Klausur
Prüfungsumfang/-dauer	Zweistündige Klausur
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristische Vorlesung mit Fallstudien
Modulverantwortliche*r	H.G. Vogel

Qualifikationsziele

Ziel des Moduls ist die Vermittlung der für eine Tätigkeit als Führungskraft oder Geschäftsleitung in einem mittelständischen Unternehmen erforderlichen Grundkenntnisse im privaten Wirtschaftsrecht, vor allem im Handels-, Gesellschafts- und Arbeitsrecht aber auch im Wettbewerbs- und Kartellrecht. Die Absolvent*innen kennen die wesentlichen Rechtsgrundlagen und rechtlichen Rahmenbedingungen unternehmerischer Tätigkeit. Sie kennen und verstehen die in den genannten Rechtsgebieten maßgeblichen Grundprinzipien und können diese auf im Unternehmen auftauchende Fragestellungen anwenden. Auf Grundlage des erworbenen Grundverständnisses der einschlägigen Regelungsmaterien entwickeln die Studierenden eine Sensibilität für die gesteigerten Anforderungen des Handelsrechts an rechtsgeschäftliche Handlungen sowie für aus dem Handelsrecht und aus dem Wettbewerbs- und Kartellrecht resultierende Rechts- und Haftungsrisiken. Die Studierenden erwerben ein „Gespür“ für die Grenzen und Gestaltungsmöglichkeiten des Gesellschafts- und Arbeitsrechts. Sie kennen die rechtlichen Grundstruktur und Möglichkeiten der in Deutschland und international zur Verfügung stehenden Unternehmensformen, können selbst Rechtsformentscheidungen treffen und die für Geschäftspartner*innen geltenden Rahmenbedingungen sachgerecht einordnen. Insgesamt werden die Studierenden in die Lage versetzt, durch Nutzung der in den genannten Rechtsgebieten zur Verfügung stehenden Erkenntnisquellen und der jeweiligen wissenschaftlichen Methodik eigenständig Lösungsansätze für Einzelfragen zu erarbeiten.

Lehrinhalte (1)

Im Teilgebiet Handelsrecht werden die rechtlichen Auswirkungen der Kaufmannseigenschaft im Unternehmensalltag behandelt. Dabei liegt der Schwerpunkt weniger auf Einzelregelungen als vielmehr auf den grundsätzlichen Regelungsprinzipien des Handelsrechts. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, hieraus sachgerechte Konsequenzen im Einzelfall abzuleiten. Im Teilgebiet Gesellschaftsrecht werden Kenntnisse über die nach deutschem und europäischem Recht zur Verfügung stehenden rechtlichen Organisationsstrukturen für unternehmerische Tätigkeit mit ihren Vor- und Nachteilen im Einzelfall vermittelt. Einen Schwerpunkt bilden an der Schnittstelle von Handels- und Gesellschaftsrecht die im Unternehmen maßgeblichen Vertretungsregeln auch mit ihren arbeitsrechtlichen Implikationen. Darüber hinaus werden aus dem Bereich des Arbeitsrechts die generellen Regelungstendenzen des Individualarbeitsrechts mit ihren Auswirkungen auf das Personalmanagement im Allgemeinen behandelt sowie das rechtliche Grundgerüst der betrieblichen und unternehmerischen Arbeitnehmermitbestimmung.

Lehrinhalte (2)

Wiederum an der Schnittstelle zum Gesellschaftsrecht werden die grundlegenden kartellrechtlichen Anforderungen an Unternehmenszusammenschlüsse und -kooperationen behandelt. In den Teilbereichen Gesellschafts- und Arbeitsrecht werden einzelne Aspekte nachhaltiger Corporate Governance und nachhaltigem Personalmanagements behandelt.

Um auch den speziellen Anforderungen der „Studierbarkeit“ des Moduls im Rahmen eines Weiterbildungsstudiengangs gerecht zu werden, wird umfassendes Lehrmaterial zum Zwecke des Selbststudiums zur Verfügung gestellt. Dieses beinhaltet neben Studienskripten und Fallstudien auch von den Studierenden zu bearbeitende Übungsaufgaben, zu denen jeweils ein individuelles Feedback gegeben wird.

Literatur

Gesetzestexte:

- Beck-Texte im dtv, Bürgerliches Gesetzbuch.
- Beck-Texte im dtv, Arbeitsgesetze.
- Beck-Texte im dtv, Handelsgesetzbuch.
- Beck-Texte im dtv, Aktiengesetz/GmbH-Gesetz.
- Beck-Texte im dtv, Wettbewerbsrecht.

Literatur zum Arbeitsrecht:

- Brox, H./Rüthers, B./Henssler, M.: Arbeitsrecht, Kohlhammer.
- Dütz, W./Thüsing, G.: Arbeitsrecht, C.H. Beck.
- Schaub, G.: Arbeitsrechts-Handbuch, C.H. Beck (Praxishandbuch zur Vertiefung)
- Müller-Glöge, R./Preis, U./Schmidt, I. (Hrsg.): Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht, C.H. Beck (zur Vertiefung von Einzelfragen).

Literatur zum Handelsrecht:

- Aunert-Micus, S./Güllemann, D./Streckel, S./Tonner, N./Wiese, U. E.: Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen (Kapitel 3, zum Einstieg).
- Führich, E.: Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen (§ 3, zum Einstieg).
- Brox, H./Henssler, M.: Handelsrecht, C.H. Beck.
- Hopt, K. J.: Handelsgesetzbuch, C.H. Beck (Kommentar zur Vertiefung von Einzelfragen).

Literatur zum Gesellschaftsrecht:

- Aunert-Micus, S./Güllemann, D./Streckel, S./Tonner, N./Wiese U. E.: Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen (Kapitel 19 – 21, zum Einstieg)
- Führich, E., Wirtschaftsprivatrecht, Vahlen (Teil 3, zum Einstieg).
- Klunzinger, E.: Grundzüge des Gesellschaftsrechts, Vahlen.

Literatur zum Wettbewerbsrecht:

- Ekey, F. L.: Grundriss des Wettbewerbs- und Kartellrechts, C.F. Müller.
- Glöckner, J.: Kartellrecht – Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Kohlhammer.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
H. G. Vogel	Privates Wirtschaftsrecht	4

Modulbezeichnung (eng.)	Wissenschaftstheoretische Grundlagen (Philosophy of Science: Principles for Managers)
Semester (Häufigkeit)	3 (Wintersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Weitere Wahlpflichtmodule)
Dachthema	Strukturwandel
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Portfolio
Prüfungsumfang/-dauer	• Präsentation (20 min.), 50 % der Leistung • Vier 15-minütige schriftliche Kurztests, 50 % der Leistung
Lehr- und Lernmethoden	Seminar
Modulverantwortliche*r	U. Rademacher

Qualifikationsziele

An Managementbeispielen erwerben Studierende die Fähigkeit, wissenschaftliche Texte zu analysieren, zu bewerten und selbst zu konzipieren.

Darüber hinaus erwerben Studierende die Fähigkeit, praktische Managementtätigkeiten hinsichtlich ihrer Wissenschaftlichkeit zu bewerten und eigene Managementpraxis nach den Kriterien der Wissenschaftlichkeit auszurichten. Als fachliche Basis hierfür werden die Studierenden mit den für die Managementlehre wichtigsten wissenschaftstheoretischen Ansätzen und ihren methodischen Implikationen vertraut.

Lehrinhalte

In dieser Lehrveranstaltung erarbeiten Sie sich Grundlagen der Wissenschaftstheorie, wie Sie es für das Erstellen von wissenschaftlich basierten Analysen – sei es im Rahmen einer Studienarbeit oder in einer beruflichen Tätigkeit - benötigen. Sie erwerben die Kompetenz, zuverlässige Quellen von weniger vertrauenswürdigen zu unterscheiden, was gerade in einer Zeit von „Alternativen Wahrheiten“ oder „Fake News“ besonders wichtig ist. Nach dieser Lehrveranstaltung sind Sie in der Lage, unterschiedliche Vorgehensweisen bei wissenschaftlich basierten Analysen zu bewerten und auszuwählen. Sie werden mit den wissenschaftstheoretischen Grundlagen von Forschungsdesigns vertraut. Sie erfahren Hintergründe für vertraute Regeln wissenschaftlichen Arbeitens (wie z.B. Zitierregeln) und erwerben dadurch die Kompetenz, mit diesen zukünftig souveräner umzugehen.

Literatur

- Helfrich, H.: Wissenschaftstheorie für Betriebswirtschaftler, Springer-Gabler.

Lehrveranstaltungen

Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
U. Rademacher	Wissenschaftstheoretische Grundlagen	4

Modulbezeichnung (eng.)	Führungspersönlichkeit (Personality of leaders)
Semester (Häufigkeit)	4 (Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	5 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Wahlpflichtmodul (Weitere Wahlpflichtmodule)
Dachthema	Agilität
Studentische Arbeitsbelastung	40 h Kontaktzeit + 85 h Selbststudium
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	Betriebswirtschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform und -art	Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 10-15 Seiten mit Präsentation (15 Min.)
Lehr- und Lernmethoden	Seminar, Psychologische Persönlichkeitstests, Rollenspiele
Modulverantwortliche*r	F. Dorozalla

Qualifikationsziele

Die Veranstaltung setzt die Studierenden in die Lage, das Zusammenspiel zwischen dem psychologischen Konzept der Persönlichkeit und erfolgreicher Führung zu verstehen. Nach dem Abschluss der Veranstaltung kennen die Absolvent*innen das psychologische Konzept der Persönlichkeit und verstehen den Einfluss von persönlichkeits-, verhaltens- und kompetenzbasierten Variablen auf den Führungserfolg. Darüber hinaus sind die Absolvent*innen in der Lage, die Passung Ihrer Persönlichkeit zu (agilen) Führungskonzepten zu reflektieren.

Lehrinhalte

Das Modul macht Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie zum Gegenstand. Im Fokus steht hierbei das Big-Five Persönlichkeitsmodell. Zum anderen werden psychologische Variablen thematisiert, die Einfluss auf den Erfolg von Führungskräften nehmen. Darüber hinaus werden Führungskonzepte vermittelt, die für die Führungspraxis in agilen und klassisch organisierten Unternehmen von Relevanz sind.

Literatur

- Do, M./Minbashian, A.: Higher-order personality factors and leadership outcomes: A meta-analysis. *Personality and Individual Differences*, 163, 110058.
- Neuberger, O.: Führen und führen lassen, Lucius & Lucius.
- Neyer, F. & Asendorpf, J.: *Psychologie der Persönlichkeit*, Springer.
- Lippmann, E., Pfister, A. & Urs, J.: *Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte. Führungskompetenz und Führungswissen*, Springer.

Lehrveranstaltungen		
Dozent*in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
F. Dorozalla	Führungspersönlichkeit	4

3.7 Praxis-Theorie-Transferprojekt, Masterarbeit

Modulbezeichnung (eng.)	Praxis-Theorie-Transferprojekt (Practice-Theory-Transferproject)
Semester (Häufigkeit)	2, 3 oder 4 (Winter- oder Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	10 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul
Dachthema	---
Studentische Arbeitsbelastung	250 h
Voraussetzungen (laut MPO)	keine
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Prüfungsleistung: Hausarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	Schriftliche Ausarbeitung im Umfang von 20-30 Seiten
Lehr- und Lernmethoden	---
Modulverantwortliche*r	Alle Modulverantwortlichen können als Betreuer*in fungieren

Qualifikationsziele

Der Fokus liegt auf dem Wissensverständnis, der Nutzung und dem Transfer von vorhandenem Wissen, sowie der Kompetenz für wissenschaftliche Innovation. Wissenschaftliches Wissen soll professionell und kreativ angewandt werden, um konkrete praktische Problemstellungen zu lösen. Ein wesentliches Qualifikationsziel des anwendungsorientierten Studiengangs ist es, die im Studium erlernten Kompetenzen in der Praxis anwenden zu können.

Absolvent*innen

- kennen im Projektzusammenhang Aufgaben, Strukturen und Prozesse der Fachabteilungen von Unternehmen sowie deren Verbindung zu anderen Bereichen;
- erkennen fehlende Fachkenntnisse und sind in der Lage diese zu ergänzen, betriebliche Informationen zu beschaffen und die Problemstellungen professionell, d.h. adressatengerecht, termingerecht und fehlerfrei, zu lösen;
- können Arbeitsergebnisse schriftlich sowie mündlich darlegen und auswerten. Dabei berücksichtigen sie mögliche unterschiedliche Fachmeinungen;
- haben Faktenwissen sowie prozedurales Wissen erworben und die Verbindung von Theorie und Unternehmenspraxis vertiefend reflektiert;
- können sich mit den normativen Aspekten der Wirtschaftswissenschaften auf dem Master-Niveau anhand typischer praktischer Fragestellungen diskursiv auseinandersetzen;
- sind in der Lage, das Projektergebnis in den betrieblichen Zusammenhang einzuordnen und argumentativ zu vertreten.

Lehrinhalte

Die Studierenden sollen im Rahmen dieses Moduls eine reale praktische Problemstellung – wenn möglich aus dem Unternehmen, in dem sie selbst beschäftigt sind (alternativ werden Problemstellungen von Partnerunternehmen des BCL vermittelt) – mithilfe wissenschaftlicher Methoden bearbeiten und ihre Projektergebnisse im Rahmen eines Projektberichts dokumentieren.

Neben einem/einer Betreuer*in aus dem Kreis der modulverantwortlichen Professor*innen der Hochschule sollte außerdem ein betrieblicher Betreuer bzw. Ansprechpartner mit abteilungsübergreifenden Kompetenzen definiert werden, um den praxisrelevanten Projekterfolg sicherzustellen.

Modulbezeichnung (eng.)	Masterarbeit mit Kolloquium (Master's thesis and colloquium)
Semester (Häufigkeit)	5 (Winter- oder Sommersemester)
ECTS-Punkte (Dauer)	30 ECTS (1 Semester)
Art (Bereich)	Pflichtmodul
Dachthema	---
Studentische Arbeitsbelastung	750 h
Voraussetzungen (laut MPO)	Module Fachsemester 1-4
Empf. Voraussetzungen	keine
Verwendbarkeit	MAM
Prüfungsform und -art	Abschlussarbeit
Prüfungsumfang/-dauer	nach Absprache mit Gutachter*innen
Lehr- und Lernmethoden	---
Modulverantwortliche*r	Gutachter*innen nach Absprache

Qualifikationsziele

Das Verfassen der Masterarbeit versetzt die Studierenden in die Lage, selbstständig eine komplexe Problemstellung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden zu analysieren, einen theoretischen Bezugsrahmen zu entwickeln und aufbauend hierauf eine geeignete Problemlösung zu erarbeiten.

Die Studierenden können ganzheitlich, interdisziplinär und vernetzt denken. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden anzuwenden und zu reflektieren. Sie sind befähigt, strategisch ausgerichtete Problemstellungen umfassend zu analysieren. Sie beherrschen die Entwicklung eines zur Problemstellung passenden konzeptionellen Bezugsrahmens. Sie können eine geeignete strategische Problemlösung erarbeiten und diese operativ ausgestalten. Sie sind befähigt, das Ergebnis inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit zu dokumentieren.

Sie kennen und verstehen den Managementprozess. Sie haben Kenntnis über ein umfangreiches analytisches und strategisches Instrumentarium. Sie haben Verständnis über betriebswirtschaftliche, für die Arbeit relevante Methoden, Ansätze und Theorien erworben. Sie kennen den Status quo der Forschung und die hierzu veröffentlichte Fachliteratur. Sie wissen, wie man einen theoretischen Bezugsrahmen wissenschaftlich korrekt auf eine praktische Problemstellung überträgt. Sie haben umfassende Kenntnisse, wie Konzepte erfolgreich vor einem Auditorium präsentiert und fachlich verteidigt werden.

Lehrinhalte

Inhaltlich umfasst das Modul die wissenschaftliche Übertragung der erworbenen Managementkompetenzen auf eine komplexe Problemstellung. Die gestellte Aufgabe ist zielorientiert zu bearbeiten und zu lösen. Das Ergebnis wird inhaltlich und formal korrekt in einer wissenschaftlichen Arbeit dokumentiert. Ganzheitliches, vernetztes Denken spielt ebenso wie Selbst- und Zeitmanagement, Kommunikationsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen eine entscheidende Rolle.