

Schwerpunktfach Management and Economics im Masterstudiengang Wirtschaftspädagogik (M.Sc.) (Stand: 02.10.2018)

Pflichtmodul

Modul: Personalauswahl				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI(Ne))	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.181.205	180 h	1 Semester	1./2./3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen Seminar Personalauswahl (P)	Kontaktzeit 2 SWS/21 h	Selbststudium 159 h	Leistungspunkte 6 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Fachkompetenz: Kennenlernen der für das Personalmarketing relevanten Prozesse von der Personalrekrutierung bis hin zum Ausscheiden aus Arbeitsverhältnissen. Methodenkompetenz: fortgeschrittene wirtschaftspädagogische Herangehensweisen an personalbezogene Fragestellungen in Organisationen. Weiterentwicklung von Skills zur Analyse und zum Lesen von Primärliteratur. Fortgeschrittene Verfahren zur Vermittlung wirtschaftspädagogischer Themen. Fortgeschrittene Kenntnisse und Fertigkeiten beim Projektmanagement im Personalbereich. Soziale Kompetenz: Fortgeschrittene Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikations-, Kooperations- sowie Konfliktsituationen in der Simulation personalbezogener organisationaler Prozesse. Förderung der Bereitschaft zur konstruktiven Auseinandersetzung mit Konflikten. Selbst- bzw. Personalkompetenz: Fortgeschrittene Fertigkeiten zur Selbstregulation bei der Bearbeitung übernommener Aufgaben. Weiterentwicklung der Bereitschaft zu eigenständigem und verantwortlichen Handeln und dessen Reflexion. Weiterentwicklung der Bereitschaft zur persönlichen Weiterentwicklung.			
4.	Inhalte Die Studierenden lernen die verschiedenen Aspekte des Personalmarketings kennen. Dabei werden ausgewählte Schwerpunkte gelegt, die in den Bereichen Rekrutierung & Auswahl, Sozialisation, Qualifikation, Beurteilung und Verlassen der Organisation liegen können. Ein Schwerpunkt liegt auf der Erprobung verschiedener Verfahren innerhalb dieser Bereiche, wie z.B. im Bereich der Auswahl die Bewerbungsanalyse, das Einstellungsinterview, der Einsatz von Testverfahren, oder Assessment Center.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls M.Sc. Wirtschaftspädagogik (im Schwerpunktfach Management and Economics)			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme keine			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) keine			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) 8.3. Modulprüfung Referat oder schriftliche Ausarbeitung			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote bei Ein-Fach-Studiengängen bzw. Fachnote bei Mehr-Fächer-Studiengängen 6/120 = 5 %			
10.	Häufigkeit des Angebots Seminar Personalauswahl: Wintersemester			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christian Dormann			
12.	Sonstige Informationen			

Es sind 2 der folgenden 4 Module zu wählen

Internationale Rechnungslegung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1110	180 h	1 Semester	1. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Internationale Rechnungslegung (03.C52.1110)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
4.	Inhalte			
	Ziele, Grundsätze und zentrale Bilanzierungsfragen nach IFRS im Vergleich zur nationalen Rechnungslegung nach HGB. Bedeutung der IFRS für Besteuerung und Controlling. Nicht behandelt werden spezielle Fragen der Konzernrechnungslegung nach IFRS.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Rammert.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52. 1230	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften (03.C52.1230)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, die einkommensteuerliche Gewinnermittlung bei gewerblichen Einkünften, insbesondere im Fall der Mitunternehmerschaften und die Auswirkungen von Mehr- und Mindervermögen und Sonderbetriebsvermögen zu verstehen und anzuwenden, die Körperschaftsteuerliche Gewinnermittlung, insbesondere auch bei Organschaften zu verstehen und anzuwenden, die im Rahmen der unternehmerischen Tätigkeit auftretenden Ertragsteuerbelastungen ermitteln, analysieren und gestalten zu können, den Einfluss der Besteuerung auf unternehmerische Entscheidungen abzuschätzen und die tarifliche Steuerbelastung von Unternehmen in Deutschland zu ermitteln, Fälle zur steueroptimalen Rechtsformwahl bei Unternehmen verschiedener Rechtsformen selbständig lösen zu können.			
4.	Inhalte			
	Die Vorlesung behandelt in systematischer Darstellung die Besteuerung von Unternehmen auf Grundlage des geltenden Rechts. Anhand ausgewählter Sachverhalte werden zentrale Probleme der Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften vertiefend erörtert.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Fundierte Kenntnisse des Steuerrechts sind vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Roland Euler.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Corporate Governance deutscher Unternehmen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1310	180 h	1 Semester	1. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Governance deutscher Unternehmen (03.C52.1310)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Kenntnis und Verständnis der wichtigsten Mechanismen der Corporate Governance Ökonomische Analyse der Grundprobleme der Corporate Governance Verständnis rechtlicher Vorschriften zur Corporate Governance			
4.	Inhalte			
	Grundlagen und Mechanismen der Corporate Governance Unternehmensleitung durch den Vorstand Überwachung durch den Aufsichtsrat Überwachung durch die Aktionäre			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme Schriftliche Einreichung der Bearbeitung einer Fallstudie; Fallstudienpräsentation.			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christopher Koch.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Performancemessung und Anreizgestaltung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI(NE))	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1410	180 h	1 Semester	1. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Performancemessung und Anreizgestaltung (03.C52.1410)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende erweitert die Kenntnisse aus dem Bachelor im internen Rechnungswesen, in der betrieblichen Steuerlehre sowie in der Unternehmensüberwachung.			
4.	Inhalte			
	Grundlagen der Performancemessung, Grundmodelle der Anreizgestaltung, Gestaltung anreizkompatibler Entlohnungsfunktionen und Performancemaße für divergierende oder/und unbekannte Zeitpräferenzen von Managern.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Louis Velthuis.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Wahlpflichtmodule

Es sind 4 Module à 6 LP zu wählen.

Konzernrechnungslegung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1120	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Konzernrechnungslegung (03.C52.1120)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse auf dem Gebiet der Rechnungslegung bis hin zu aktuellen Problemen in Theorie und Praxis. Förderung der Befähigung, das theoretisch Erlernte auf komplexe Rechnungslegungsprobleme in der Praxis eigenständig anzuwenden. Förderung der Befähigung, einen Konzernabschluss nach HGB oder IFRS aufzustellen, zu prüfen und zu interpretieren.			
4.	Inhalte			
	In der Vorlesung werden Konzernbilanztheorien, die gesetzlichen Pflichten zur Konzernrechnungslegung sowie die Technik der Konsolidierung (Kapital-, Schulden-, Zwischenerfolgs- sowie Ertrags- und Aufwandskonsolidierung) behandelt. Hierbei wird auf die Konzernrechnungslegung sowohl nach HGB als auch nach IFRS eingegangen. In der Übung werden ausgewählte Inhalte der Vorlesung in Form von Fallstudien praktisch angewendet.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Grundkenntnisse in handelsrechtlicher und internationaler Rechnungslegung.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Rammert.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Jahresabschlusspolitik und Jahresabschlussanalyse				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1130	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Jahresabschlusspolitik und Jahresabschlussanalyse (03.C52.1130)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse auf dem Gebiet der Rechnungslegung bis hin zu aktuellen Problemen in Theorie und Praxis. Förderung der Befähigung, das theoretisch Erlernte auf komplexe Rechnungslegungsprobleme in der Praxis eigenständig anzuwenden. Förderung der Befähigung, Jahresabschlüsse zielgerecht zu gestalten und zu analysieren.			
4.	Inhalte			
	Im ersten Teil der Vorlesung werden Ziele, Möglichkeiten und Grenzen der bilanzpolitischen Gestaltung eines Jahres- bzw. Konzernabschlusses durch den Aufsteller erörtert. Im zweiten Teil der Vorlesung wird die Analyse eines Jahres- bzw. Konzernabschlusses als Entscheidungsgrundlage für externe Adressaten diskutiert. Im Mittelpunkt steht die kritische Auseinandersetzung mit Techniken der Abschlussanalyse, wie traditionelle Kennzahlenanalyse und moderne Analyseverfahren. Hierbei sollen insbesondere die Grenzen der Informationsgewinnung aus Abschlüssen aufgezeigt werden. In der Übung werden ausgewählte Inhalte der Vorlesung praktisch angewendet.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Grundkenntnisse in handelsrechtlicher und internationaler Rechnungslegung.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Rammert.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Baetge, Jörg/Kirsch, Hans-Jürgen/Thiele, Stefan: Bilanzanalyse (aktuelle Auflage) Coenberg, Adolf u.a.: Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse (aktuelle Auflage) Gräfer, Horst: Bilanzanalyse (aktuelle Auflage) Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter: Die Bilanzanalyse (aktuelle Auflage) Hommel, Michael/Rammert, Stefan: IFRS-Bilanzanalyse case by case (aktuelle Auflage)			

Unternehmensbewertung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1140	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Unternehmensbewertung (03.C52.1140)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Förderung der Befähigung, unterschiedliche Verfahren zur Bewertung von ganzen Unternehmen oder Unternehmensanteilen anzuwenden und zu beurteilen.			
4.	Inhalte			
	Im Rahmen der Vorlesung werden theoretische Kenntnisse und praktische Methoden der Unternehmensbewertung vermittelt. Inhaltliche Schwerpunkte bilden u.a. Anlässe und Zwecke der Unternehmensbewertung, Grundsätze der Unternehmensbewertung, Ertragswertverfahren, Discounted Cash Flow-Verfahren, Unternehmensbewertung auf Basis von Multiples, Einzelbewertungs- und Mischverfahren sowie Unternehmensbewertung auf Basis von Übergewinnen.			
	In der Übung werden ausgewählte Inhalte der Vorlesung praktisch angewendet.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Rammert.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Ballwieser, Wolfgang/Hachmeister, Dirk: Unternehmensbewertung (aktuelle Auflage) Hommel, Michael/Dehmel, Inga: Unternehmensbewertung case by case (aktuelle Auflage)			

Theorie und Praxis der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1180	180 h	1 bis 2 Semester	2.-3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I (03.C52.1150) Vorlesung (WPfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II (03.C52.1160) Vorlesung (WPfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Fallstudien der Konzernrechnungslegung (03.C52.1170) Vorlesung (WPfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Fallstudien der internationalen Rechnungslegung (03.C52.1170) Vorlesung (WPfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse auf dem Gebiet der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung bis hin zu aktuellen Problemen in Theorie und Praxis. Förderung der Befähigung, das theoretisch Erlernte auf komplexe Rechnungslegungs- und Prüfungsprobleme in der Praxis eigenständig anzuwenden.			
4.	Inhalte			
	<p><i>Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I:</i> Ausgehend von einer Analyse der jüngsten Bilanzskandale im Hinblick auf Vorgang und Auswirkung werden im ersten Teil der Vorlesung die Reaktionen des Gesetzgebers aber auch der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften im Hinblick auf Qualitätskontrolle und Prüfungsansatz behandelt. Im zweiten Teil der Vorlesung werden bestimmte Problembereiche in der Wirtschaftsprüfung besprochen und Lösungen vorgestellt. Dies geschieht unter Bezugnahme auf die dargestellten Bilanzskandale und unter Beachtung der jeweiligen Herausforderungen in der aktuellen Wirtschaftsprüfungssaison. Praktische Erfahrungen werden jeweils durch den Referenten dargestellt.</p> <p><i>Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II:</i> Im Rahmen der Vorlesung wird die praktische Durchführung der Jahresabschlussprüfung besprochen. Die Vorlesungen folgen dem Zeitablauf einer Jahresabschlussprüfung von der Planungsphase, über die Prüfungsphase (hier wird die Prüfung von ausgewählten Jahresabschlusspositionen dargestellt) bis hin zur Berichtsphase.</p> <p><i>Fallstudien der Konzernrechnungslegung:</i> Die Lehrveranstaltung ist in unterschiedliche Themenbereiche der Konzernrechnungslegung (von Aufstellungspflicht bis hin zur Prüfung eines Konzernabschlusses) unterteilt. Hierbei wird jedem Thema eine kurze Darstellung der Theorie (HGB und IFRS) vorangestellt. Anschließend erfolgt eine Vertiefung an Hand von kleineren Fragestellungen bis hin zu größeren Fallstudien. Hierbei stellen die Referenten jeweils eigene Erfahrungen aus der Praxis dar.</p> <p><i>Fallstudien der internationalen Rechnungslegung:</i> In der Lehrveranstaltung werden unterschiedliche Standards der IFRS – nach Themenbereichen zusammengefasst – behandelt, wobei Sonderfälle wie Versicherungsverträge, Landwirtschaft, etc. ausgeklammert sind. Anwendungsbereich, Kernaussagen sowie Aufbau eines jeden behandelten Standards werden kurz dargestellt. Anschließend erfolgt eine Vertiefung an Hand von kleineren Fragestellungen bis hin zu größeren Fallstudien. Praktische Erfahrungen sowie eine kritische Auseinandersetzung werden jeweils durch die Referenten dargestellt bzw. vorgenommen.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			

8.	<p>Leistungsüberprüfungen</p> <p>8.1. Aktive Teilnahme</p> <p>8.2. Studienleistung(en) Keine.</p> <p>8.3. Modulprüfung Schriftliche Teilprüfungen in Form von Klausuren (60 min).</p>
9.	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6 von 120 Leistungspunkten.</p>
10.	<p>Häufigkeit des Angebots</p> <p>Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I im Wintersemester. Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II im Sommersemester. Fallstudien der Konzernrechnungslegung im Wintersemester. Fallstudien der internationalen Rechnungslegung im Sommersemester.</p>
11.	<p>Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Stefan Rammert (Modulverantwortlicher), externe Lehrbeauftragte.</p>
12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Deutsch.</p> <p>Von den angebotenen vier thematisch zusammengehörenden Wahlpflichtveranstaltungen sind insgesamt zwei zu wählen. Eine Teilnahme an der Veranstaltung „Aktuelle Themen der Rechnungslegung und der Wirtschaftsprüfung II“ setzt einen Besuch der Veranstaltung „Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I“ nicht voraus. Die Veranstaltungen bauen inhaltlich nicht aufeinander auf.</p> <p>Bitte beachten Sie, dass nicht jedes Semester alle Veranstaltungen angeboten werden können, insbesondere bei zu niedriger Teilnehmerzahl (<15). Aus diesem Grund melden Sie sich bitte unbedingt in der ersten oder zweiten Lehrveranstaltungsanmeldephase zu den Veranstaltungen des Moduls an, damit frühzeitig bekanntgegeben werden kann, ob die Veranstaltung wie geplant stattfinden kann.</p>

Kostenmanagement				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1420	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Kostenmanagement (03.C52.1420)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende erweitert die Kenntnisse aus dem Bachelor im internen und externen Rechnungswesen und Controlling, erwirbt ein umfangreiches Verständnis für die Eignung ausgewählter Systeme der Kostenrechnung für die Steuerung im Unternehmen, kann praktische Probleme im Controlling konkretisieren und mit Hilfe des wissenschaftlichen Instrumentariums eigenständig lösen.			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden auf fortgeschrittenem Niveau zentrale Inhalte auf dem Gebiet des Management Accounting. In der Vorlesung werden Probleme und Verfahren der Kostenplanung und -kontrolle, der Erlösrechnung sowie ausgesuchter Systeme der Kostenrechnung näher untersucht. Insbesondere werden Grenzplankosten- und Deckungsbeitragsrechnung, Prozesskostenrechnung, Standardkostenrechnung sowie Target Costing behandelt. In der begleitenden Übung wird der Stoff der Vorlesung anhand von Beispielen und alten Klausuraufgaben diskutiert und vertieft.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Louis Velthuis.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Ewert, R.; Wagenhofer, A. (2005): Interne Unternehmensrechnung, 6. Aufl., Berlin et al. Schweitzer, M.; Küpper H.-U. (2008): Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, 9. Aufl., München. Friedl, G.; Hofmann, C.; Pedell, B. (2010): Kostenrechnung – Eine entscheidungsorientierte Einführung, München. Küpper, H.-U.; Friedl, G.; Pedell, B. (2004): Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, 4. Aufl., München.			

Value Based Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1430	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Value Based Management (03.C52.1430)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende erlangt ein umfassendes Verständnis der Shareholder Value-Orientierung in Theorie und Praxis, erweitert die grundlegenden Kenntnisse hinsichtlich der Unternehmenssteuerung um die Aspekte der wertorientierten Unternehmensführung, erwirbt ein umfangreiches Verständnis bezüglich der Eignung ausgewählter Spitzenkennzahlen für die wertorientierte Unternehmensführung, kann praktische Probleme in der wertorientierten Unternehmensteuerung konkretisieren und mit Hilfe des wissenschaftlichen Instrumentariums eigenständig lösen.			
4.	Inhalte			
	In der Lehrveranstaltung "Value Based Management" (VBM) werden Grundprobleme der wertorientierten Unternehmenssteuerung diskutiert. Im Kern geht es darum, alle Maßnahmen des Managements auf das Ziel der Steigerung des Marktwerts des Eigenkapitals der Unternehmung auszurichten (Shareholder Value-Orientierung). Die Hauptanwendungsbereiche des VBM (Bewertung, Performancemessung, Managervergütung und Bereichssteuerung) sowie die Hauptinstrumente (insbesondere Wertbeitragskennzahlen wie das Konzept des Economic Value Added und Renditekennziffern) werden erörtert. Die theoretischen Anforderungen an die Instrumente für die jeweiligen Einsatzfelder werden herausgearbeitet und auf ihre Eignung hin analysiert. Vor dem Hintergrund der theoretischen Erkenntnisse werden integrierte Planungsansätze des VBM vorgestellt und kritisch beleuchtet. Die Inhalte der Vorlesung werden durch Übungen und Fallstudien ergänzt und vertieft.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Louis Velthuis.			

12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch</p> <p>Basisliteratur:</p> <p>Young, S. D. und O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al. 2001.</p> <p>Velthuis, L. J. und Wesner, P.: Value Based Management: Bewertung, Performancemessung und Managerentlohnung mit ERIC, Stuttgart 2005.</p>
-----	---

Internationale Ertragsbesteuerung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1210	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Internationale Ertragsbesteuerung (03.C52.1210)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, die grundlegenden Prinzipien und Methoden zur Vermeidung der doppelten Besteuerung zu verstehen und anzuwenden, die grundlegenden Kenntnisse im Bereich des deutschen Außensteuerrechts und des Doppelbesteuerungsabkommens zu verstehen und sachgerecht Fälle selbständig lösen zu können, die grundlegenden Inhalte der EuGH-Rechtsprechung nachzuvollziehen und sachgerecht auf Streitfälle zu beziehen.			
4.	Inhalte			
	Die Vorlesung behandelt die Grundlagen des deutschen Außensteuerrechts, Inhalt und Bedeutung von Doppelbesteuerungsabkommen, Grundzüge der EuGH-Rechtsprechung und ausgewählte Aspekte der internationalen Besteuerung. Es werden Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung vermittelt.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Fundierte Kenntnisse des Steuerrechts sind vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Roland Euler.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Brähler, Gernot: Internationales Steuerrecht, 8. Aufl., Wiesbaden 2014 (über den OPAC online zugänglich). Haase, Florian: Internationales und Europäisches Steuerrecht, 4. Aufl., Heidelberg 2014. Jacobs, Otto H.: Internationale Unternehmensbesteuerung, 8. Aufl., München 2016. Scheffler, Wolfram: Internationale betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 3. Aufl., München 2009. Weber-Grellet, Heinrich: Europäisches Steuerrecht, 2. Aufl., München 2016. Wilke, Kay-Michael: Lehrbuch Internationales Steuerrecht, 13. Aufl., Herne u. Berlin 2016.			

Steuerbilanzen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1220	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Steuerbilanzen (03.C52.1220)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, die einkommensteuerrechtlichen und die diesen zugrundeliegenden handelsrechtlichen Normen anzuwenden die Bedeutung der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung zu verstehen und auf Bilanzierungs- und Bewertungsprobleme anzuwenden die Kernelemente der höchstrichterlichen Rechtsprechung zum Bilanzrecht nachzuvollziehen und sachgerecht auf Streitfälle zu beziehen wichtige Gestaltungsspielräume zu identifizieren.			
4.	Inhalte			
	Gegenstand der Veranstaltung ist die ertragsteuerliche Gewinnermittlung. Erörtert werden insbesondere – vor dem Hintergrund der höchstrichterlichen Bilanzrechtsprechung – die fundamentalen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Fundierte Kenntnisse des Steuerrechts sind vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Roland Euler.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Steuerbilanzen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1220	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
13.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Steuerbilanzen (03.C52.1220)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
14.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
15.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, die einkommensteuerrechtlichen und die diesen zugrundeliegenden handelsrechtlichen Normen anzuwenden die Bedeutung der handelsrechtlichen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung zu verstehen und auf Bilanzierungs- und Bewertungsprobleme anzuwenden die Kernelemente der höchstrichterlichen Rechtsprechung zum Bilanzrecht nachzuvollziehen und sachgerecht auf Streitfälle zu beziehen wichtige Gestaltungsspielräume zu identifizieren.			
16.	Inhalte			
	Gegenstand der Veranstaltung ist die ertragsteuerliche Gewinnermittlung. Erörtert werden insbesondere – vor dem Hintergrund der höchstrichterlichen Bilanzrechtsprechung – die fundamentalen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze.			
17.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
18.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Fundierte Kenntnisse des Steuerrechts sind vorteilhaft.			
19.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
20.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
21.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
22.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
23.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Roland Euler.			
24.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Unternehmensbesteuerung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1240	180 h	2 Semester	2./3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Besteuerung international tätiger Unternehmen (03.C52.1240) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen (03.C52.1250) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, hinsichtlich der			
	a) Vorlesung "Besteuerung international tätiger Unternehmen" internationale Sachverhalte bezüglich ihrer steuerlichen Bedeutung zu beurteilen, Grundprinzipien der internationalen Besteuerung zu beherrschen;			
	b) Vorlesung "Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen" Prinzipien der steuerlichen Regelungen in Unternehmensverkaufs- und Unternehmenskauffällen zu beherrschen, Grundprinzipien des Umwandlungssteuergesetzes systematisch anzuwenden.			
4.	Inhalte			
	a) Vorlesung "Besteuerung international tätiger Unternehmen" Die Veranstaltung befasst sich mit aktuellen Fragen der Besteuerung international tätiger Unternehmen. Berücksichtigt werden insbesondere die neueren Entwicklungen im Einkommensteuerrecht, im Außensteuerrecht sowie im Recht der Doppelbesteuerungsabkommen.			
	b) Vorlesung "Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen" Die Veranstaltung befasst sich mit Fragen der Besteuerung im Falle von Unternehmenskäufen und -verkäufen sowie gruppeninternen Reorganisationen. Erarbeitet werden insbesondere steuer-effiziente Akquisitions- und Verkaufsstrukturen im Zusammenhang mit Unternehmensbeteiligungen inländischer oder ausländischer Investoren in Deutschland. Ferner befasst sich die Veranstaltung mit den grundlegenden Regelungen des Umwandlungssteuergesetzes (z.B. für Verschmelzung, Einbringungen und Spaltungen) und berücksichtigt steuerliche Fragen bei Börsengängen und Börsenrückzügen. Zur Verdeutlichung der gesetzlichen Regelungen werden praxisrelevante Fälle diskutiert.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Vorlesung „Internationale Ertragsbesteuerung“ Vorlesung „Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften“			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Teilprüfungen in Form von Klausuren (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	a) Vorlesung „Besteuerung international tätiger Unternehmen“ im Sommersemester b) Vorlesung „Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen“ im Wintersemester			

11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende
	Prof. Dr. Roland Euler.
12.	Sonstige Informationen
	<p>Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur:</p> <p>a) Vorlesung „Besteuerung international tätiger Unternehmen“: Brähler, Gernot: Internationales Steuerrecht. Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung, 8. Auflage, Wiesbaden 2014. Haase, Florian: Internationales und Europäisches Steuerrecht, 5. Auflage, Heidelberg 2017. Jacobs, Otto H.: Internationale Unternehmensbesteuerung. Deutsche Investitionen im Ausland, ausländische Investitionen im Inland, 8. Auflage, München 2015. Kroppen, Heinz-Klaus: Handbuch Internationaler Verrechnungspreise, Köln, Loseblatt-Sammlung. Vogel, Klaus/Lehner, Moris: DBA; Doppelbesteuerungsabkommen; Kommentar, 6. Auflage, München 2015. Vögele, Alexander/Borstell, Thomas/Engler, Gerhard: Handbuch der Verrechnungspreise, 4. Auflage, München 2015.</p> <p>b) Vorlesung "Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen" Brähler, Gernot: Umwandlungssteuerrecht, 9. Auflage, Wiesbaden 2014. Dötsch/Eversberg/Jost/Witt: Die Körperschaftsteuer; Kommentar zum Körperschaftsteuergesetz, zum Umwandlungssteuergesetz und zu den einkommensteuerrechtlichen Vorschriften der Anteilseignerbesteuerung, Stuttgart (Loseblattsammlung). Dötsch, Ewald u.a.: Umwandlungssteuerrecht, 7. Auflage, Stuttgart 2012. Junge, Bernd: Lehrbuch Umwandlungssteuerrecht, 3. Auflage, Herne 2015. Klingebiel/Patt/Rasche/Krause: Umwandlungssteuerrecht, 4. Auflage, Stuttgart 2016. Rödder/Herlinghaus/van Lishaut: Umwandlungssteuergesetz, 2. Auflage, Köln 2013.</p>

Steuerrecht I				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1260	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Allgemeines Steuerrecht (03.135.14115) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	b) Einkommenssteuerrecht (03.135.14112) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	c) Übung im Steuerrecht (03.135.14116 Sommersemester) (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Steuerrecht aus der juristischen Perspektive (Arbeit am und mit dem Gesetz) Ziel ist es, eine juristische Fallbearbeitung erstellen zu können			
4.	Inhalte			
	a) Allgemeines Steuerrecht: Einführung, Grundlagen der Finanzverfassung, steuerliches Verfahrensrecht, steuerliche Rechtsschutzmöglichkeiten			
	b) Einkommenssteuerrecht: Einkommensbesteuerung natürlicher Personen, insb. Einkunftsarten und Einkünfteermittlung im Rahmen der Überschusseinkünfte (in Abgrenzung zu Gewinneinkünften)			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christian Thiemann			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Fehrenbacher, Steuerrecht / Jakob, Abgabenordnung Jakob, Einkommenssteuerrecht, (weitere Literatur s. Homepage der Lehrstühle)			

Steuerrecht II				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52. 1280	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Unternehmenssteuerrecht sowie internationales und europäisches Steuerrecht (03.135.14114) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	b) Umsatzsteuerrecht (03.135.14114) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	c) Übung im Steuerrecht (03.135.14116 Wintersemester) (Pfl)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
2.	Gruppengrößen Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Steuerrecht aus der juristischen Perspektive (Arbeit am und mit dem Gesetz) Ziel ist es, eine juristische Fallbearbeitung erstellen zu können.			
4.	Inhalte a) Unternehmenssteuerrecht sowie internationales und europäisches Steuerrecht: Einführung in das Bilanzsteuerrecht, Grundlagen der Gewinnermittlung, Besteuerung von Einzelunternehmern und Personengesellschaften (Einkommensteuer), Besteuerung von Kapitalgesellschaften (Körperschaftsteuer), Grundzüge der Gewerbesteuer b) Umsatzsteuerrecht: Behandlung des Systems der Allphasennettobesteuerung mit Vorsteuerabzug, Umsatzsteuer im europäischen Binnenmarkt			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christian Thiemann			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Birk, Steuerrecht / Tipke/Lang, Steuerrecht weitere Literatur siehe Homepage der Lehrstühle			

Empirical Corporate Governance				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1320	180 h	1 Semester	1./2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Empirical Corporate Governance (03.C52.1320)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende haben Kenntnis über wichtige Forschungsfragen auf dem Gebiet der Corporate Governance. Studierende können das Grundproblem der Corporate Governance ökonomisch analysieren. Studierende kennen und verstehen ökonometrische Methoden zur Identifikation kausaler Effekte. Studierende können aktuelle Forschungsbeiträge auf dem Gebiet der Corporate Governance beurteilen.			
4.	Inhalte			
	Grundlagen der Corporate Governance Empirische Methoden in der Corporate Governance-Forschung Beurteilung von Forschungsbeiträgen in der empirischen Corporate Governance-Forschung			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme Schriftliche Einreichung der Beurteilung empirischer Forschungsbeiträge auf dem Gebiet der Corporate Governance; Diskussion eines Forschungsbeitrags in Form einer Präsentation.			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min). Die Klausurfragen werden in englischer Sprache gestellt. Die Teilnehmenden können die Fragen entweder in deutscher oder englischer Sprache beantworten.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christopher Koch.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Englisch.			

Corporate Risk Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.	180 h	1 Semester	1./2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Risk Management (03.C52.)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis, Verständnis und Anwendung von Konzepten aus dem Risikomanagement - Ökonomische Analyse der Wirkungsweise und der Bedeutung des Risikomanagements 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> - Internes Kontrollsystem - Risikomanagement - Interne Revision 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.</p>			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	Schriftliche Einreichung der Bearbeitung einer Fallstudie; Fallstudienpräsentation.			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min). Die Klausurfragen werden in englischer Sprache gestellt. Die Teilnehmenden können die Fragen entweder in deutscher oder in englischer Sprache beantworten.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christopher Koch.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Englisch.			

Wirtschaftsprüfung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.C52.1340	180 h	1 Semester	1./2. Semester	6 LP
13.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Wirtschaftsprüfung (03.C52.1340)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
14.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
15.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende entwickeln ein ökonomisches Verständnis über den Nutzen der Abschlussprüfung Studierende entwickeln vertiefte Kenntnisse der Prüfungstechnik und können diese auf Fallstudien anwenden. Studierende entwickeln vertiefte Kenntnisse zur Rolle des Wirtschaftsprüfers in der Corporate Governance und berufsrechtlichen Vorschriften und können diese auf Fallstudien anwenden.			
16.	Inhalte			
	Die Veranstaltung behandelt die wichtigsten Probleme der Wirtschaftsprüfung von der Prüfungsplanung bis zum Bestätigungsvermerk. Hierbei werden die relevanten Prüfungsnormen systematisch dargestellt und auf die praxisnahen Sachverhalte angewandt.			
17.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
18.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
19.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
20.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
21.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
22.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
23.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christopher Koch.			
24.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			

Management in der Digitalen Transformation				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4...	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Management in der Digitalen Transformation (03.996.4...)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden entwickeln Gestaltungskompetenzen für das Management in der digitalen Transformation. Durch die Veranstaltung werden die Studierenden befähigt, die Implikationen der digitalen Transformation für das Management auf unterschiedlichen Organisationsebenen (z.B. Unternehmensebene, Individuumsebene, Technologie) zu analysieren und Ansatzpunkte für das unternehmerische Handeln abzuleiten.			
4.	Inhalte			
	Überblick und aktueller Stand der digitalen Transformation; Technologische Grundlagen und Trends; Wettbewerb in der digitalen Ökonomie; Strategieentwicklung im Kontext der Digitalisierung; Digitale Geschäftsmodelle; Management digitaler Innovation; Auswirkungen auf die Organisationsgestaltung; Auswirkungen auf Führung und Personalmanagement; Digitaler Wandel und Veränderungsmanagement; Digitale Arbeitsgestaltung; Datenbasierte Unternehmensentscheidungen; Implikationen für Wirtschaftspolitik und Regulierung			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Klausur (60 %) und Referat in Form einer Fallstudie (40 %).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Andranik Tumasjan.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch.			

Grundlagen des Internationalen Managements (WiSe)
 Unternehmensstrategie und digitale Geschäftsmodelle (SoSe)
 Modulbeschreibungen werden nachgereicht.

Decision-Making and Consumer Psychology				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4...	180 h	1 Semester	1. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Decision-Making and Consumer Psychology (03.996.4...)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> Understand problems and choice decisions in retail environments Learn to know different decision-making styles Receive insights into managerial instruments to guide decisions in retailing Get an overview of typical choice biases and irrational consumer behavior in retailing Discuss implications of decision-making biases for public policy Develop capabilities to improve own decision-making for problems under uncertainty 			
4.	Inhalte			
	<p>Individual decisions by managers and consumers shape the retail environment, but also the daily living in general. This course provides insights into decision-making processes from both a psychological and managerial point-of-view. Specifically, people use different decision-making styles to solve problems that they encounter. The lecture will give insights into the outcomes of different decision-making styles for different types of problems and how coordinated decision-making processes can be optimized under uncertainty. Moreover, decision-making will be analyzed at different levels of the retail environment. On the managerial level, managers are required to constantly make decisions with regards to collaboration with suppliers and the coordination of the demand side. This course will give an overview of different instruments that can support decision-making in companies. Furthermore, consumers have to make multiple decisions during their information search, purchase and consumption. Students will learn to know how consumer decisions deviate from optimal choices due to irrational decision-making. Finally, an ongoing debate in public policy discusses whether and how consumers should be nudged towards making more sustainable choices. Students will participate in this discussion by exploring how regulatory interventions influence consumers' choice outcomes. In sum, this course will give insights into decisions and choice biases regarding 1) general psychological mechanisms, 2) outcomes at the managerial level, 3) consumer outcomes, and 4) public policy interventions. The overall aim of this course is to highlight the role of conscious and unconscious information processing, and how people can make better decisions under uncertainty with coordinated decision-making processes. The course is useful to guide future managers in their daily problem-solving in companies.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<ul style="list-style-type: none"> Als Kernmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik. 			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			

10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Oliver Emrich.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Englisch.

The Fabrics of Dreams - Cultural Creation, Consumer Trends and Social Media				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	The Fabrics of Dreams - Cultural Creation, Consumer Trends and Social Media (03.996.4...)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>Learn to know new perspectives on cultural and consumption-related trends</p> <p>Understand the conditions under which cultural trends and consumer trends emerge (and fade)</p> <p>Receive insights into the psychological mechanisms of consumer “dreams”</p> <p>Discuss creative experiences and the developments of trends with actors from popular culture</p> <p>Develop capabilities to integrate creative thinking with systematic research and analysis.</p>			
4.	Inhalte			
	<p>“Following one’s own dream” is a defining attribute of Western cultures that represents a highly individualistic orientation. “Dreams” exemplify very strong consumer aspirations that typically reach their peak moments during early adolescence, but are still influential for consumption in later life stages. Beyond the individual effects, these needs and aspirations can accumulate into whole waves of consumer demands (i.e., trends) and subsequently shape culture and consumption for decades. But to what extent do we self-determine our dreams and how strongly are dreams influenced by the societal trends seeded through media, and more recently, through social media?</p> <p>Anecdotal evidence suggests that the pioneers of Western cultures as well as the most successful artists of our time transferred projected self-concepts from “dreams” into trends such as “Sturm und Drang” (Johann Wolfgang von Goethe) or “Grunge” (Kurt Donald Cobain). Also many consumer industries center around the creation and communication of “dreams”, relating to products and services. Advertising commonly uses the significance of trends in popular cultures in the use of brand associations, the collaboration with popular actors, and the adoption of cultural aesthetics and meanings. Conversely, music from TV commercials reaches top positions in billboard charts (e.g., Coke), modern consumption becomes the subject of art (e.g., Andy Warhol), and sometimes even whole film plots happen to be centered around product placements (e.g., Cast Away). Brand advertising is therefore one prominent – but not the only – avenue in which consumer research meets trends in popular culture.</p> <p>As these trends seem to be strongly linked with mechanisms in consumer behavior, the observed links may provide new perspectives and innovative insights into trend development as well as open up new possibilities for brand positioning. However, one of many questions both for artists and brands is for example to what extent they should rely on their unique resources (talent) and to what extent they should align themselves to current trends in the marketplace.</p> <p>This course is designed to assess the “fabrics of dreams”, that is, the ideological material that creates needs and aspirations and accumulates into trends. Students will analyze conditions under which trends in popular cultures emerge and learn to know psychological mechanisms from consumer research. The course will feature discussions with artists and industry representatives to receive insights into the process of cultural material production and discuss these insights based on empirical findings from consumer research. The course will also provide an outlook on future uses of online social media for trend origination and spreading and its impact on individual consumers and cultural developments.</p> <p>This course is relevant for students interested in arts, media, marketing, psychology, and sociology.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Psychologie.</p>			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			

8.	<p>Leistungsüberprüfungen</p> <p>8.1. Aktive Teilnahme</p> <p>8.2. Studienleistung(en) Keine.</p> <p>8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min, 70 % Notengewichtung) und Hausarbeit in Form einer Interaktiven Gruppenarbeit mit sozialen Medien, in der Themeninhalte des Kurses durch Studierende selbständig reflektiert und in den sozialen Medienkontext (Blogs) gebracht werden (30 % Notengewichtung).</p>
9.	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6 von 120 Leistungspunkten.</p>
10.	<p>Häufigkeit des Angebots</p> <p>Jährlich im Sommersemester.</p>
11.	<p>Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Oliver Emrich.</p>
12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Englisch. Empfohlene Literatur: Excerpts from books and scientific articles which will be announced for each chapter of the lecture.</p>

Cross Channel Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4....	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Cross Channel Management and Personalization (03.996.4...)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>Students</p> <ul style="list-style-type: none"> learn to know managerial concepts of cross-channel management understand consumer behavior in the interaction between physical and digital environments apply experimental methods for field experiments in companies discuss developments in technologies and artificial intelligence 			
4.	Inhalte			
	<p>The coordination of different communication and distribution channels has become one of the most important challenges in management. Companies increasingly invest into building up new departments that interlink interdisciplinary managerial functions such as marketing, sales, strategy, and information technologies. The change process in companies is known as “multi-channel”, “cross-channel”, or “omni-channel” management and denotes a) the optimization of the overall channel performance by accounting for potential channel conflicts, b) the seamless channel coordination of retail mix instruments for customer acquisition, retention, and development, and c) the strategic and operational integration of marketing-, sales-, service-, and logistic activities in the physical and digital retail environment. The course will prepare students for managerial positions in this growing field.</p> <p>The course covers cross-channel management topics such as strategy & positioning, segmentation & targeting, experience management, retail mix integration, personalization, behavioral mechanisms, social response, smart applications, and connectivity. The first part of the course takes the managerial perspective on measuring and managing customer equity as the central driver for performance optimization and disentangles potential conflicts in steering customers across channels successfully. Students will learn how to manage relationships with customers by 1) understanding and designing customer journey experiences, 2) integrating and analyzing data from various channel sources, and 3) personalizing digital environments according to individual customer attributes. In the evolving new data-rich retail environment, managers are increasingly challenged to use empirical insights which requires high methodological competences. In this course, students will learn to know and apply experimental research methods to conduct field experiments in companies. The second part of the course will investigate how consumers perceive the use of different channels and how their behavior is influenced by incentives, appeals, and subtle cues. As consumers increasingly spend their time online, their interaction with the digital environment is designed to include a social response – a human touch that makes consumers build up relationships with the company, even if the interaction is only digital. The course outlines future developments in smart applications, artificial intelligence and their implications for retailing. Finally, the course integrates concepts to use social networks in which consumers increasingly gain influence through social media.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.</p> <p>Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Psychologie.</p>			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			

8.	<p>Leistungsüberprüfungen</p> <p>8.1. Aktive Teilnahme</p> <p>8.2. Studienleistung(en) Keine.</p> <p>8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min, 70 %) und Hausarbeit in Form eines Experimental-Design (30 %).</p>
9.	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6 von 120 Leistungspunkten.</p>
10.	<p>Häufigkeit des Angebots</p> <p>Jährlich im Wintersemester.</p>
11.	<p>Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Oliver Emrich.</p>
12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Englisch. Empfohlene Literatur: Excerpts from books and scientific articles which will be announced for each chapter of the lecture.</p>

Projektseminar Management und Digitale Transformation				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4485	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Projektseminar Management und Digitale Transformation (03.996.4485) Seminar (Pfl)	4 SWS/42 h	138 h	6 LP
2.	Gruppengrößen Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Im Projektseminar erwerben die Studierenden praktische Kompetenzen in der Konzeption, Planung und Durchführung eines praktischen Projekts bzw. angewandten wissenschaftlichen Projekts im Bereich Management und Digitale Transformation. Sie sind in der Lage auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse konkrete praktische oder wissenschaftliche Problemstellungen in Projektteams zu bearbeiten.			
4.	Inhalte Aktuelle Problemstellungen im Bereich Management und Digitale Transformation in Kooperation mit Unternehmen und/oder angewandte Forschungsprojekte des Lehrstuhls (je nach Verfügbarkeit) in den Themenfeldern Digital Strategy, Digital Business Models, Digital Entrepreneurship, Digital Innovation, New Work, Blockchain-Technologie bzw. Distributed Ledger Technology.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung Präsentation (40%) und Projektbericht (60%).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Andranik Tumasjan.			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch.			

Organizational Behavior				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4021	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Organizational Behavior (03.996.4021)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen in der Veranstaltung grundlegende Bestimmungsgrößen des Verhaltens in Organisationen kennenlernen. Auf der Basis konzeptioneller und empirischer Befunde erarbeiten sie relevante Einflussfaktoren auf Individueller, Gruppen- und Organisationsebene und sollen verstehen, welche Wechselwirkungen zwischen diesen Ebenen bestehen. Die Teilnehmer lernen organisationales Verhalten als komplexes Phänomen kennen und sollen sich vor diesem Hintergrund kritisch mit der Frage auseinandersetzen, welche Ansatzpunkte Organisationen zur Beeinflussung des Verhaltens ihrer Mitarbeiter haben.			
	In Gruppenarbeit bearbeiten und präsentieren die Studierenden praxisnahe Fallstudien, durch die sie Vorlesungsinhalte vertiefen und reflektieren.			
4.	Inhalte			
	1. Individuumsebene (z.B. Persönlichkeit, Wahrnehmung, Motivation, Einstellung, Stress)			
	2. Gruppenebene (z.B. Kommunikation, Entscheidungsprozesse, Führung, Macht und Mikropolitik)			
	3. Organisationsebene (z.B. Organisationsstrukturen und -kulturen)			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Kernmodul im M. Sc. in Management.			
	Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance.			
	Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.			
	Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. und M. Ed. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Klausur (60 min, 60 %) und Referat in Form einer Fallstudienpräsentation (40 %).			
	Die Fallstudie und die Klausur müssen im gleichen Semester bestanden werden.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Erk Piening.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch.			
	Empfohlene Literatur:			
	Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). Organizational Behavior, 15. Aufl., Prentice Hall			

Human Resource Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4...	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Human Resource Management (03.996.4...)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	In der Veranstaltung erwerben die Studierenden grundlegende Kenntnisse im Human Resource Management. Anhand von Theorien und aktuellen Fallbeispielen lernen sie, personalwirtschaftliche Probleme zu analysieren und praxisnahe Lösungsansätze für Unternehmen zu diskutieren.			
4.	Inhalte			
	Folgende personalwirtschaftliche Funktionsbereiche lernen die Studierenden kennen: Personalbeschaffung, -auswahl, -einsatz, -entwicklung, -freisetzung, -beurteilung, und -vergütung. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf strategische Fragestellungen und den internationalen Kontext gelegt.			
	In Gruppenarbeit bearbeiten und präsentieren die Studierenden praxisnahe Fallstudien, durch die sie Vorlesungsinhalte vertiefen und reflektieren.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Klausur (60 min, 60 %) und Referat in Form einer Fallstudienpräsentation (40 %). Die Fallstudie und die Klausur müssen im gleichen Semester bestanden werden.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Erk Piening.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Ridder, H.-G. (2013). Personalwirtschaftslehre. 4. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer. Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. und Wright, P. M. 2010. Human Resource Management - Gaining a Competitive Advantage, 7. Aufl., New York, NY: McGraw-Hill.			

Innovationsmanagement				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4031	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Innovationsmanagement (03.996.4031)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	In der Veranstaltung sollen die Studierenden Innovation als eine grundlegende Voraussetzung für den Erfolg, das Wachstum und die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Volkswirtschaften kennenlernen. Vor diesem Hintergrund sollen sie theoretisch und empirisch gestützte Einblicke in die Innovationsaktivitäten von Unternehmen erhalten. Die Teilnehmer lernen Faktoren kennen, die den Verlauf und Erfolg organisationaler Innovationsprozesse beeinflussen und sind auf dieser Grundlage in der Lage, konkrete Ansatzpunkte das Management zur Gestaltung dieser Prozesse zu entwickeln. Ein spezifisches Augenmerk wird auf das Verständnis unternehmensübergreifender Innovationsaktivitäten gelegt.			
4.	Inhalte			
	Innovation – Begriffe, Formen, Beispiele; Innovationsprozesse – Verlaufsformen, Akteure, Aktivitäten, Herausforderungen; Kreativität und Ideenmanagement; Innovationsmanagement – Strategien und Konzepte; Innovationskooperationen – Netzwerke, Allianzen, Open Innovation. In Gruppenarbeit bearbeiten und präsentieren die Studierenden praxisnahe Fallstudien, durch die sie Vorlesungsinhalte vertiefen und reflektieren..			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Klausur (60 min, 60 %) und Referat in Form einer Fallstudienpräsentation (40 %). Die Fallstudie und die Klausur müssen im gleichen Semester bestanden werden.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Erk Piening.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Tidd, J., & Bessant, J. (2013). Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change, 5. Aufl., Chichester: Wiley.			

Market Research				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI(NE))	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4140	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Market Research (03.996.4140)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden lernen quantitative Analysemethoden der Marktforschung und ihre praxisrelevante Anwendung kennen. Sie werden damit dazu befähigt, deren Eignung für spezifische Fragestellungen aus Wissenschaft und Praxis zu beurteilen. Die Studierenden erlangen ein vertieftes Verständnis über den Einsatzbereich, den Ablauf und die Anwendung der ausgewählten Analysemethoden.			
4.	Inhalte			
	Market Research – Quantitative Methoden: Faktorenanalyse Clusteranalyse Regressionsanalyse Varianzanalyse Conjoint-Analyse			
	Die Marktforschung bildet die Grundlage für die Gestaltung der marketingpolitischen Aktivitäten. Hierbei geht es vor allem darum, die Gegebenheiten im Absatzmarkt zu erfassen und Hypothesen über den Wirkungszusammenhang zwischen den absatzwirtschaftlichen Aktivitäten und dem Nachfrageverhalten zu überprüfen. In diesem Kurs sollen die quantitativen Analysemethoden der Marktforschung genauer untersucht werden. Im ersten Teil der Vorlesung werden die Verfahren der Clusteranalyse und Faktorenanalyse erläutert, welche zu den Interdependenzanalysen gehören. Der zweite Teil behandelt Formen der Dependenzanalyse, wobei neben der Regressionsanalyse auch die für das Seminar am Lehrstuhl für Marketing I relevanten multivariaten Methoden der Varianz- und Conjointanalyse behandelt werden.			
	In der Übung sollen aufbauend auf der Vorlesung praxisrelevante Themen das Verständnis für die grundlegenden Bereiche vertiefen. Ziel der Übung ist es hierbei, ein Lösungskonzept zu einer vorgegebenen Aufgabenstellung zu erstellen.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Sommersemester.			

11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Frank Huber.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Siehe Vorlesungsskript.

Marketing Instruments				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4120	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Marketing Instruments (03.996.4120)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden erwerben Kenntnisse in der Konzeption und dem Rollout von Produktwelten. In diesem Zusammenhang wird den Teilnehmern der Veranstaltung ein tiefgreifendes Verständnis für das Produktmanagement vermittelt. Dabei geht es auch um die Entwicklung einer unternehmerischen Grundhaltung, die sich bei allen Entscheidungen konsequent an den Erfordernissen des Marktes orientiert.			
	Für ein erfolgreiches Produktmanagement gilt es, beginnend mit der strategischen Analyse die Rahmenbedingungen und die Entwicklungen an den Märkten zu verstehen. Auf dieser Basis werden schlussendlich Entscheidungen bezüglich der Produktgestaltung und -positionierung getroffen. Der Aufbau einer ergänzenden Markenwelt dient schließlich zur Vervollständigung der Gestaltung einer marktgerechten Leistung. Die so konzipierte Leistung an den Markt zu bringen, ist schließlich die Aufgabe im Rahmen des Rollouts. Die Veranstaltung Marketing Instruments thematisiert in diesem Kontext relevante Fragestellungen rund um das Thema Bepreisung von Produkten sowie deren Kommunikation. Darüber hinaus werden Grundüberlegungen zum Vertrieb der konzipierten Produkte angestellt. Schlussendlich kommt dem Produktmanager die Aufgabe der Kontrolle von Marketing-Aktivitäten zu. Diesen Aspekt greift die Veranstaltung abschließend auf.			
	Durch die präsentierten Inhalte sowie die ergänzende Besprechung von Fallstudien und Übungen wird den Teilnehmern der Veranstaltung ein tiefgreifendes Verständnis für die Konzeption und die Möglichkeiten der Vermarktung von Produktwelten vermittelt. Basierend auf diesen Erkenntnissen sollen die Studierenden in der Lage sein, durch Rückgriff auf ein breites Repertoire an möglichen Gestaltungsoptionen, Management-Entscheidungen in einer komplexen und unsicheren Marketingumwelt vorzubereiten und zu treffen. Im Ergebnis sollten letztlich Lösungskonzepte im Rahmen des Produktmanagements entwickelt werden können, die den Anspruch haben, sich am Markt zu bewähren.			
4.	Inhalte			
	Strategische Analyse als Grundlage der Planung von Produktwelten Konzeption von Produktwelten (v.a. Entscheidungen zur Produktgestaltung und Markenbildung) Rollout von Produktwelten (v.a. Entscheidungen zur Bepreisung, Kommunikation und Vertrieb) Kontrolle der Marketing-Aktivitäten			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en) Keine.			
	8.3. Modulprüfung Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			

10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Sommersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Frank Huber.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Siehe Vorlesungsskript.

Marketing Intelligence				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Marketing Intelligence (03.996.4180)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende entwickeln ein grundlegendes Verständnis für die Relevanz und Anwendung eines kontinuierlichen und analytischen Wissensmanagements unter Berücksichtigung von Marktinformationen (vor allem Kundeninformationen). Sie sind nach der Vorlesung in der Lage, Marktforschungsprojekte zur Gewinnung von Kundenwissen eigenständig zu konzeptionieren und zu planen sowie in diesem Zusammenhang den adäquaten Methodenmix zu finden. Studierende erlernen den Zusammenhang zwischen den generierten Informationen und deren Einsatz für die Steuerung von Marktaktivitäten. Besonderes Interesse gilt dabei der Nutzung von kundenbezogenem Wissen für die Gestaltung von Kundenbeziehungen.			
4.	Inhalte			
	Die Vorlesung Marketing Intelligence vermittelt grundlegende Prozesse und Konzepte zur Generierung von (angewandtem) Marketingwissen aus relevanten Marketinginformationen. Dabei liegt der Schwerpunkt zunächst auf Erhebungsverfahren im Rahmen der Primär- und Sekundärmarktforschung sowie auf methodischen Grundlagen zur Generierung von adäquaten Marketingdaten. Hierbei gilt es vor allem, die jeweiligen Vor- und Nachteile der vorgestellten Methoden zu beleuchten. Im zweiten Teil der Vorlesung werden Verfahren zur Generierung von Marketingwissen verdeutlicht, wie z. B. Data-Mining und verschiedene Verfahren der Marktprognose. Die Vorlesung unterscheidet zwei Anwendungsbereiche von Marketingwissen: Zum einen die Verwendung als Entscheidungsgrundlage für das Management und zum anderen die Bedeutung für den Aufbau, die Pflege und die Sicherung von Kundenbeziehungen. Die Inhalte werden im Rahmen der Übung in Form von Fallstudien bzw. Reading Lectures vertieft.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Frank Huber.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Siehe Vorlesungsskript.			

Marketing in China and Japan				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINE)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4150	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Marketing in China and Japan (03.996.4150)			
	a) Vorlesung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (Pfl)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Gemäß aktueller Satzung über die Betreuungsrelationen von Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen und zur Festsetzung der Normwerte für den Ausbildungsaufwand (Curricularnormwerte) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (http://www.uni-mainz.de/studlehr/ordnungen/CNW_Satzung_aktuell.pdf).			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung und Erweiterung der Grundlagen-Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium im Bereich des Internationalen Managements und Marketings. Die Studierenden sind in der Lage aktuelle wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Entwicklungen insbesondere in Asien-Pazifik (Schwerpunkt China und Japan) zu analysieren und im Kontext der Entwicklung von Marketing-Strategien zielentsprechend zu beurteilen. Die Bewertungs- und Entscheidungs- und Umsetzungskompetenz zur Entwicklung von Markteintritts- und Marktdurchdringungsstrategien in einem dynamischen und komplexen Umfeld wird entscheidend verbessert. Nach Absolvieren des Moduls wissen die Studierenden wie Unternehmen ihre Marketing- und Innovationsstrategien unter Bedingungen des globalen Wettbewerbs zur Steigerung des Unternehmenserfolgs entwickeln und einsetzen. Das Verständnis für andere Unternehmens- und Entscheidungskulturen wird nachhaltig erweitert. Die Kompetenz der Studierenden eigene Strategien im internationalen Umfeld zu generieren wird erhöht. Methoden und Instrumente des strategischen Managements werden erlernt.			
4.	Inhalte			
	Entwicklung Gesellschaft, Kultur, Wirtschaft, Technologie in Japan und China Marktentwicklung, Managementhandeln und Managementstrategien, Markteintritt und Marktdurchdringung, Akteure in der Region, Teilung, Organisation, HR, Markttrends und Fallstudien europäischer, US-amerikanischer und asiatischer Unternehmen.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Spezialisierungsmodul im M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in Accounting and Finance. Als Wahlpflichtmodul im freien Teil des M. Sc. in International Economics and Public Policy. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Besuch des Moduls „Marketing Instruments“ (M.03.996.4120) empfohlen.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Frank Huber, Prof. Dr. René Haak.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch. Empfohlene Literatur: Siehe Vorlesungsskript.			