



JOHANNES GUTENBERG
UNIVERSITÄT MAINZ

**Modulhandbuch
zum
Masterstudiengang
Wirtschaftspädagogik (M.Sc.)**

(Stand: 28.03.2017)

1. Kernfach Wirtschaftswissenschaften

- a. Kernkompetenzen
- b. Fachdidaktik Wirtschaftswissenschaften
- c. Wahlpflichtmodule aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre
 - i. Statistik II
 - ii. Accounting and Taxation
 - iii. Finance
 - iv. Information and Logistics
 - v. International Management and Marketing
 - vi. Tutorium
- d. Wahlpflichtmodul aus dem Bereich volkswirtschaftliche Vertiefung und internationale Ausrichtung

2. Wirtschaftspädagogik

3. Schwerpunktfach

Die Inhalte der einzelnen Schwerpunktfächer können dem jeweiligen Studienplan entnommen werden.

- a. Unternehmensrechnung/Controlling
- b. Mathematik
- c. Wirtschaftsinformatik
- d. Sozialwissenschaften
- e. Englisch
- f. Deutsch
- g. Italienisch
- h. Spanisch
- i. Französisch
- j. Sport
- k. Evangelische Religionslehre
- l. Katholische Religionslehre
- m. Recht

Hinweis:

Bei teilnehmerbeschränkten Lehrveranstaltungen werden die Plätze gemäß der Senatsrichtlinie der JGU Mainz vom 07. März 2007 vergeben.

1. Kernfach Wirtschaftswissenschaften

a. Kernkompetenzen

Pflichtmodul

Kernkompetenzen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.001	180 h	1 Semester	1. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Kernkompetenzen I: Personalplanung und Personalführung (03.996.0011) Vorlesung (WP)	2 SWS/21h	159 h	6 LP
	Kernkompetenzen II (03.996.0022) Seminar (WP)	2 SWS/21h	159 h	6 LP
	Kernkompetenzen III: Decision-Making in Retailing (03.996.0023) Seminar (WP)	2 SWS/21h	159 h	6 LP
2.	Gruppengrößen	Siehe Erläuterungen.		
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen	<p>Vermittlung der Fähigkeit, über die Grenzen von Spezialkenntnissen hinweg sowie Erweiterung von Führungskompetenzen und Forschungsmethodenkompetenzen.</p> <p>Decision-Making in Retailing insbesondere: 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</p>		
4.	Inhalte	<p>Personalplanung und Personalführung: 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. Folgende personalwirtschaftliche Funktionsbereiche lernen die Studierenden kennen: Personalbeschaffung, -auswahl, -einsatz, -entwicklung, -freisetzung, -beurteilung, -vergütung und -führung. Ein besonderer Schwerpunkt wird dabei auf strategische Fragestellungen und den internationalen Kontext gelegt.</p> <p>Decision-Making in Retailing: 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, retail 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 decision instruments that can support decision-making in retail 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 for decisions, 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			

	Pflichtmodul im M. Sc. in Management. Master Sc. Wirtschaftspädagogik
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfung; sofern in Form einer Klausur: 60 Minuten.
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 (Personalplanung und Personalführung); Prof. Dr. Oliver Emrich (Management, insbesondere Soziale Medien).
12.	Sonstige Informationen Sprache: Personalplanung und Personalführung: Deutsch Empfohlene Literatur: Personalplanung und Personalführung <ul style="list-style-type: none"> • Ridder, H.-G. (2013). <i>Personalwirtschaftslehre</i> (4. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer. • Noe, R. A., Hollenbeck, J. R., Gerhart, B. und Wright, P. M. 2010. <i>Human Resource Management - Gaining a Competitive Advantage</i>, 7. Aufl., New York, NY: McGraw-Hill.

b. Fachdidaktik Wirtschaftswissenschaften

Pflichtmodul

Modul 2.03: Lehr- Lern- und Unterweisungsprozesse II				
Kennnummer	work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.181.203	240 h	8 LP	4. Sem.	1-3 Semester
1.	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Kreditpunkte
	1. a) Seminar: Aktuelle Probleme der betrieblichen Aus- und Weiterbildung (Wahlpflicht)	2 SWS/21 h	148,5 h	6 LP
	1. b) Übung: Handeln in Organisationen (Wahlpflicht)	2 SWS/21 h	49,5 h	2 LP
	2. a) Seminar: Analyse, Evaluation und Steuerung von Lehr-Lernprozessen (Wahlpflicht)	2 SWS/21 h	148,5 h	6 LP
	2. b) Übung: Konstruktionen von Lehr-Lernprozessen (Wahlpflicht)	2 SWS/21 h	49,5 h	2 LP
2.	Lehrformen Seminar, Übung			
3.	Gruppengröße Das Seminar und die Übung sind auf je 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschränkt, um eine intensive individuelle Auseinandersetzung mit fachdidaktischen Konzepten zu gewährleisten.			
4.	Qualifikationsziele/Kompetenzen Ausbau der grundlegenden Kompetenzen zur Konstruktion, Entwicklung, Steuerung, Evaluation und Analyse von Strukturen und Prozessen des schulischen Unterrichts bzw. der betrieblichen Unterweisung im Berufsfeld Wirtschaft und Verwaltung.			
5.	Inhalte Die wirtschaftswissenschaftliche Analyse ‚wirtschaftlichen Denkens und Handelns‘ als wirtschaftspädagogisches Problem; die Besonderheiten der Lerngegenstände der wirtschaftsberuflichen schulischen bzw. außerschulischen Unterweisung aus fachdidaktischer Perspektive; das Verhältnis zwischen Fachwissenschaft und Unterweisungsprozess. Wissen und relevante Techniken zur Konstruktion und Analyse von Lehr-Lern-Situationen und zur Steuerung von Entwicklungsprozessen in wirtschaftsberuflichen Unterrichts- und Unterweisungsarrangements; Förderung der Evaluations- sowie diagnostischen Kompetenz. Theoretische Konzepte und analytische Methoden zur Förderung von Selbststeuerungskompetenz und zur Förderung selbstbestimmten, eigenverantwortlichen und kooperativen Lernens und Arbeitens in der schulischen sowie außerschulischen beruflichen Bildung; Analyse der soziokulturellen, kognitiven und motivationalen Einflüsse auf Lern- und Entwicklungsprozesse. Theorien und Modelle zur Analyse und Sicherung der Qualität von Unterricht und Unterweisung.			
6.	Verwendbarkeit des Moduls M. Sc. Wirtschaftspädagogik			
7.	Teilnahmevoraussetzungen Module 2.01; 2.02 werden empfohlen.			
8.	Prüfungsformen Studienleistung (Übung): Referat und schriftliche Ausarbeitung Modulabschlussprüfung (Seminar): Referat und schriftliche Ausarbeitung			
9.	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Aktive Teilnahme an Übung und Seminar sowie Bestehen der Modulabschlussprüfung.			
10.	Stellenwert der Note in der Endnote 8/120 = 6,67 %			
11.	Häufigkeit des Angebots			

	<p><i>Aktuelle Probleme der beruflichen Aus- und Weiterbildung:</i> jährlich im SoSe. <i>Handeln in Organisationen:</i> jährlich im SoSe. <i>Analyse und Evaluation von Lehr- Lernprozessen:</i> jährlich im SoSe. <i>Konstruktionen von Lehr-Lernprozessen:</i> jährlich im SoSe.</p>
12.	<p>Modulbeauftragte/Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Olga Zlatkin-Troitschanskaia, Prof. Dr. Christian Dormann und Lehrbeauftragte des Fachbereichs</p>
13.	<p>Sonstige Informationen Es sind entweder 1.a) und 1.b) oder 2.a) und 2.b) zu wählen.</p>

c. Wahlpflichtmodule aus dem Bereich Betriebswirtschaftslehre
 i. Statistik II

Pflichtmodul für Studierende, die Statistik II noch nicht im Bachelorstudiengang absolviert haben.

Modul: Statistik II				
Kennnummer	work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.184.3420	210 h	7 LP	2./3./4. Semester	1 Semester
1.	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Kreditpunkte
	a) Vorlesung Statistik II Kennnummer: M.03.184.3420	3 SWS/ 31,5h	88,5h	4 LP
	b) Übung Statistik II (Übung) Kennnummer: M.03.184.3421	2 SWS/ 21h	69h	3 LP
2.	Lehrformen Vorlesung und Übung			
3.	Gruppengröße - Vorlesung: unbegrenzt - Übung: alle Modulteilnehmer (max. 40 Teilnehmer pro Gruppe)			
4.	Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studierenden sollen nach Absolvierung der Veranstaltung [...] <ul style="list-style-type: none"> - Methoden der induktiven Statistik sicher beherrschen, - eigenständig statistische Schätzer und Tests anwenden können, - sicher mit statistischer Software umgehen können, - die Ergebnisse angemessen interpretieren können und - Möglichkeiten und Grenzen von statistischen Analysen kritisch hinterfragen können. 			
5.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Zufallsvariablen, - diskrete und stetige Verteilungen, - Stichproben und Stichprobenverteilungen, - Punktschätzung, - Intervallschätzung, - Hypothesentests, - statistische Power, - Vergleich mehrerer Anteilswerten und - Vergleich zweier Mittelwerte und Umsetzung in statistischer Software. 			
6.	Verwendbarkeit des Moduls B.Sc. Wirtschaftswissenschaften, B.A. Wirtschaftswissenschaften und B.Sc. Wirtschaftspädagogik			
7.	Teilnahmevoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> - Keine - Empfohlene Module: Statistik I 			

ii. Accounting and Taxation

Basismodul Accounting and Taxation				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.100 M.03.996.100B	360 h	1 Semester	1. Semester	12 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Accounting I: Internationale Rechnungslegung (03.996.1110) (WP)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Taxation I: Internationale Ertragsbesteuerung (03.996.1210) (WP)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Corporate Governance I: Corporate Governance deutscher Unternehmen (03.996.1310) (WP)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Management Accounting I: Performancemessung und Anreizgestaltung (03.996.1410) (WP)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende			
	<ul style="list-style-type: none"> erweitert die Kenntnisse aus dem Bachelor im internen und externen Rechnungswesen, in der betrieblichen Steuerlehre sowie in der Unternehmensüberwachung, erwirbt ein Verständnis für Zusammenhänge zwischen den Teilgebieten des Rechnungswesens und deren Aufgaben und Methoden, kann praktische Probleme im Rechnungswesen analysieren und mit wissenschaftlichen Methoden eigenständig Lösungen erarbeiten, erlangt ein Verständnis der Mechanismen der Corporate Governance. 			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden auf fortgeschrittenem Niveau zentrale Inhalte auf dem Gebiet der Rechnungslegung, Besteuerung und Unternehmensüberwachung, wobei der Schwerpunkt in den Bereichen Rechnungslegung und Besteuerung auf internationale Aspekte gelegt wird.			
	<i>Internationale Rechnungslegung:</i> Ziele, Grundsätze und zentrale Bilanzierungsfragen nach IFRS im Vergleich zur nationalen Rechnungslegung nach HGB. Bedeutung der IFRS für Besteuerung und Controlling.			
	<i>Internationale Ertragsbesteuerung:</i> Methoden zur Vermeidung der Doppelbesteuerung, Inhalt und Bedeutung von Doppelbesteuerungsabkommen, ausgewählte Aspekte der internationalen Besteuerung.			
	<i>Corporate Governance deutscher Unternehmen:</i> Ziele, Normen und Elemente der Corporate Governance; Pflichten des Vorstands; Überwachung durch den Aufsichtsrat; Überwachung durch Aktionäre.			
	<i>Performancemessung und Anreizgestaltung:</i> Grundlagen der Performancemessung, Grundmodelle der Anreizgestaltung, Gestaltung anreizkompatibler Entlohnungsfunktionen und Performancemaße für divergierende oder/und unbekannte Zeitpräferenzen von Managern.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			

	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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 <i>8.1. Aktive Teilnahme</i> <i>8.2. Studienleistung(en)</i> Keine. <i>8.3. Modulprüfung</i> Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (120 min).
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 12 von 120 Leistungspunkten.
10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Roland Euler, Prof. Dr. Stefan Rammert, Prof. Dr. Louis Velthuis, Prof. Dr. Christopher Koch (Modulbeauftragter).
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch.

Hinweis: Studierende mit dem Schwerpunktfach Unternehmensrechnung/Controlling müssen das Basismodul Accounting and Taxation im Rahmen ihres Schwerpunktfaches als Pflichtmodul absolvieren.

Aufbaumodul Accounting and Taxation I: Konzernrechnungslegung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1120	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Accounting II: Konzernrechnungslegung (03.996.1120)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
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 Erlernete auf komplexe Rechnungslegungsprobleme in der Praxis eigenständig anzuwenden.			
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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Grundkenntnisse in handelsrechtlicher und internationaler Rechnungslegung von Vorteil.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (90 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:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Hommel, Michael/Rammert, Stefan/Wüstemann, Jens: Konzernbilanzierung case by case (aktuelle Auflage) • Küting, Karlheinz/Weber, Claus-Peter: Der Konzernabschluss (aktuelle Auflage) 			

Aufbaumodul Accounting and Taxation II: Bilanzanalyse und Bilanzpolitik				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1130	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Accounting III: Jahresabschlusspolitik und Jahresabschlussanalysen (03.996.1130)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
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 Erlernete auf komplexe Rechnungslegungsprobleme in der Praxis eigenständig anzuwenden.			
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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Grundkenntnisse in handelsrechtlicher und internationaler Rechnungslegung von Vorteil.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>			
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	8.3. <i>Modulprüfung</i>			
	Modulprüfung in Form einer Klausur (90 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)

Aufbaumodul: Accounting and Taxation III: Unternehmensbewertung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1140	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Accounting IV: Unternehmensbewertung (03.996.1140)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Beurteilung und Anwendung unterschiedlicher Unternehmensbewertungsverfahren.			
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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und freien Teil des M. Sc. in Management.			
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			
	Modulprüfung in Form einer Klausur (90 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:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Ballwieser, Wolfgang/Hachmeister, Dirk: Unternehmensbewertung (aktuelle Auflage) • Hommel, Michael/Dehmel, Inga: Unternehmensbewertung case by case (aktuelle Auflage) 			

Aufbaumodul Accounting and Taxation IV: Theorie und Praxis der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung

Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1180	180 h	1 o. 2 Semester	2. und 3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Topics in Financial Accounting I: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I (03.996.1150) Vorlesung (WP)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Topics in Financial Accounting II: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II (03.996.1160) Vorlesung (WP)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Topics in Financial Accounting III: Fallstudien der Konzernrechnungslegung (03.996.1170) Vorlesung (WP)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Topics in Financial Accounting IV: Fallstudien der Internationalen Rechnungslegung (03.996.1180) Vorlesung (WP)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
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>Topics in Financial Accounting I: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung 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>Topics in Financial Accounting II: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II: 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>Topics in Financial Accounting III: Fallstudien der Konzernrechnungslegung: Die Vorlesungsreihe 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) voran gestellt. 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>Topics in Financial Accounting IV: Fallstudien der Internationalen Rechnungslegung: 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. 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			

6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Grundlagenkenntnisse in handelsrechtlicher und internationaler Rechnungslegung vorteilhaft.
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Modulteilprüfungen in Form von Klausuren (60 min).
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten.
10.	Häufigkeit des Angebots Topics in Financial Accounting I: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I im Wintersemester Topics in Financial Accounting II: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung II im Sommersemester, Topics in Financial Accounting III: Fallstudien der Konzernrechnungslegung im Wintersemester, Topics in Financial Accounting IV: Fallstudien der Internationalen Rechnungslegung im Sommersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Stefan Rammert (Modulbeauftragter), externe Lehrbeauftragte.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch Eine Teilnahme an der Veranstaltung „Topics in Financial Accounting II: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und der Wirtschaftsprüfung II“ setzt einen Besuch der Veranstaltung „Topics in Financial Accounting I: Aktuelle Themen der Rechnungslegung und Wirtschaftsprüfung I“ nicht voraus. Die Veranstaltungen bauen inhaltlich nicht aufeinander auf. 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.

Aufbaumodul Accounting and Taxation V: Kostenmanagement				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1420	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Management Accounting II: Kostenmanagement (03.996.1420)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende			
	<ul style="list-style-type: none"> 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. 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			
	Modulprüfung in Form einer Klausur (90 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:			
	<ul style="list-style-type: none"> 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 – Ein entscheidungsorientierte Einführung, München. Küpper, H.-U.; Friedl, G.; Pedell, B. (2004): Übungsbuch zur Kosten- und Erlösrechnung, 4. Aufl., München. 			

Aufbaumodul Accounting and Taxation VI: Value Based Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1430	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Management Accounting III: Value Based Management (03.996.1430)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Der/die Studierende			
	<ul style="list-style-type: none"> 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und freien Teil des M. Sc. in Management. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>			
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	8.3. <i>Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (90 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> <hr/> <p>Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch</p> <p>Basisliteratur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Young, S. D. und O'Byrne, F.: EVA and Value-Based Management, New York et al. 2001.• Velthuis, L. J. und Wesner, P.: Value Based Management: Bewertung, Performancemessung und Managerentlohnung mit ERIC, Stuttgart 2005.
-----	--

Aufbaumodul Accounting and Taxation VII: Steuerbilanzen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1220	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Taxation II: Steuerbilanzen (03.996.1220)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein,			
	<ul style="list-style-type: none"> • 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			
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. 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 Modulprüfung in Form einer Klausur (60 Min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Jährlich als Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Roland Euler			

12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Deutsch</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Moxter, Adolf: Bilanzrechtsprechung, 6. Aufl., Tübingen 2007.• Moxter, Adolf: Grundsätze ordnungsgemäßer Rechnungslegung, Düsseldorf 2003.• Euler, Roland: Das System der Grundsätze ordnungsmäßiger Bilanzierung, Stuttgart 1996.• Breithecker, Volker; Schmiel, Ute: Steuerbilanz und Vermögensaufstellung in der Betriebswirtschaftlichen Steuerlehre, Bielefeld 2003.• Scheffler, Wolfram: Besteuerung von Unternehmen, Band II, Steuerbilanz und Vermögensaufstellung, 8. Aufl., Heidelberg, 2014.• Wüstemann, Jens: Bilanzierung case by case, 8. Aufl., Frankfurt/Main 2014.• Castan, Edgar u.a. (Hrsg.): Beck'sches Handbuch der Rechnungslegung, Band 1, Loseblattsammlung, München.
-----	---

Aufbaumodul Accounting and Taxation VIII: Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften

Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1230	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Taxation III: Besteuerung von Personen- und Kapitalgesellschaften (03.996.1230)			
	a) Vorlesungen (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, <ul style="list-style-type: none"> • 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Fundierte Kenntnisse des Steuerrechts sind vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>			
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	8.3. <i>Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung 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.	<p>Sonstige Informationen</p> <hr/> <p>Unterrichtssprache: Deutsch</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• Niehus, Ulrich/Wilke, Helmuth: Die Besteuerung der Personengesellschaften, 6. Auflage, Stuttgart 2013.• Niehus, Ulrich/Wilke, Helmuth: Die Besteuerung der Kapitalgesellschaften, 4. Auflage, Stuttgart 2014.• Tipke, Klaus/Lang, Joachim: Steuerrecht, 22. Aufl., Köln 2015
-----	--

Aufbaumodul Accounting and Taxation IX: Steuerplanung				
Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1240	180 h	2 Semester	2. und 3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Taxation IV: Besteuerung international tätiger Unternehmen (03.996.1240) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Taxation V: Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und –restrukturierungen (03.996.1250) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, hinsichtlich der a) Vorlesung "Besteuerung international tätiger Unternehmen" <ul style="list-style-type: none"> • internationale Sachverhalte bezüglich ihrer steuerlichen Bedeutung zu beurteilen, • Grundprinzipien der internationalen Besteuerung zu beherrschen; b) Vorlesung "Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen" <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien der steuerlichen Regelungen in Unternehmensverkaufs- und Unternehmenskauffällen zu beherrschen, • Grundprinzipien des Umwandlungssteuergesetzes systematisch anzuwenden. 			
4.	Inhalte a) Vorlesung "Besteuerung international tätiger Unternehmen" <ul style="list-style-type: none"> • 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" <ul style="list-style-type: none"> • 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine. Aber empfohlene Module/Vorlesungen/Kenntnisse: <ul style="list-style-type: none"> • 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 Modulteilprüfungen in Form einer Klausur (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. Angelika Thies
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: a) Vorlesung "Besteuerung international tätiger Unternehmen" <ul style="list-style-type: none"> • Brähler, Gernot: Internationales Steuerrecht. Grundlagen für Studium und Steuerberaterprüfung, 7. Auflage, Wiesbaden 2012. • Haase, Florian: Internationales und Europäisches Steuerrecht, 4. Auflage, Heidelberg 2014. • 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. • Scheffler, Wolfram: Internationale betriebswirtschaftliche Steuerlehre, 3. Auflage, München 2009. • Vogel, Klaus/Lehner, Moris: DBA; Doppelbesteuerungsabkommen; Kommentar, 6. Auflage, München 2015. • Vögele, Alexander/Borstell, Thomas/Engler, Gerhard: Handbuch der Verrechnungspreise, 4. Auflage, München 2015. b) Vorlesung "Steuerplanung bei Unternehmenstransaktionen und -restrukturierungen" <ul style="list-style-type: none"> • 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, 3. Auflage, Stuttgart 2012. • Rödder/Herlinghaus/van Lishaut: Umwandlungssteuergesetz, 2. Auflage, Köln 2013.

Aufbaumodul Accounting and Taxation X: Steuerrecht				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1260	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Taxation VI: Allgemeines Steuerrecht (03.135.14115) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Taxation VII: Einkommenssteuerrecht (03.135.14112) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung im Steuerrecht (03.135.14116) (freiwillig)			
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Steuerrecht aus der juristischen Perspektive (Arbeit am und mit dem Gesetz) • Ziel ist es, eine juristische Fallbearbeitung erstellen zu können 			
4.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeines Steuerrecht: Einführung, Grundlagen der Finanzverfassung, steuerliches Verfahrensrecht, steuerliche Rechtsschutzmöglichkeiten • Einkommenssteuerrecht: Einkommensbesteuerung natürlicher Personen, insb. Einkunftsarten und Einkünfteermittlung im Rahmen der Überschusseinkünfte (in Abgrenzung zu Gewinneinkünften) 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen <p>8.1. Aktive Teilnahme</p> <p>8.2. Studienleistung(en)</p> <p>Keine.</p> <p>8.3. Modulprüfung</p> <p>Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (120 min)</p>			
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 N.N.			
12.	Sonstige Informationen Zusätzlich werden eine Übung, sowie vertiefende Zusatzvorlesungen angeboten. Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen sind nicht verpflichtend, werden aber im Hinblick auf die Klausur empfohlen. Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Fehrenbacher, Steuerrecht / Jakob, Abgabenordnung • Jakob, Einkommensteuerrecht, (weitere Literatur s. Homepage der Lehrstühle) 			

Aufbaumodul Accounting and Taxation XI: Steuerrecht II				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1280	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Taxation VIII: Unternehmenssteuerrecht (03.135.14113) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Taxation IX: Umsatzsteuerrecht (03.135.14114) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung im Steuerrecht (03.135.14116) (freiwillig)			
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Steuerrecht aus der juristischen Perspektive (Arbeit am und mit dem Gesetz) • Ziel ist es, eine juristische Fallbearbeitung erstellen zu können 			
4.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Unternehmenssteuerrecht: Einführung in das Bilanzsteuerrecht, Grundlagen der Gewinnermittlung, Besteuerung von Einzelunternehmern und Personengesellschaften (Einkommensteuer), Besteuerung von Kapitalgesellschaften (Körperschaftsteuer), Grundzüge der Gewerbesteuer • Umsatzsteuerrecht: Behandlung des Systems der Allphasennettobesteuerung mit Vorsteuerabzug, Umsatzsteuer im europäischen Binnenmarkt 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und freien Teil des M. Sc. in Management.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen <ul style="list-style-type: none"> 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung Schriftliche Modulprüfung 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 N.N.			
12.	Sonstige Informationen Zusätzlich werden eine Übung, sowie vertiefende Zusatzvorlesungen angeboten. Die Teilnahme an diesen Veranstaltungen sind nicht verpflichtend, werden aber im Hinblick auf die Klausur empfohlen. Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Birk, Steuerrecht / Tipke/Lang, Steuerrecht • weitere Literatur siehe Homepage der Lehrstühle 			

Aufbaumodul Accounting and Taxation XII: Empirical Corporate Governance				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1320	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Governance II: Empirical Corporate Governance (03.996.1320)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	c) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Analyse des Grundproblems der Corporate Governance • Kenntnis und Verständnis der wichtigsten Mechanismen der Corporate Governance • Kenntnis wichtiger Forschungsfragen auf dem Gebiet der Corporate Governance • Kenntnis und Verständnis ökonometrischer Methoden zur Identifikation kausaler Effekte • Beurteilung aktueller Forschungsbeiträgen auf dem Gebiet der Corporate Governance 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Theorien und 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 Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	<i>Schriftliche Einreichung der Beurteilung empirischer Forschungsbeiträge auf dem Gebiet der Corporate Governance; Diskussion eines Forschungsbeitrags in Form einer Präsentation.</i>			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung 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.			

Aufbaumodul Accounting and Taxation XIII: Risk Management and Auditing				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1330	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Governance III: Risk Management and Auditing (03.996.1330)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis, Verständnis und Anwendung von Konzepten aus dem Risikomanagement • Kenntnis, Verständnis und Anwendung von Konzepten der Prüfungslehre • Ökonomische Analyse der Rollen von Risikomanagement und Prüfung 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Internes Kontrollsystem • Risikomanagement • Risikoberichterstattung • Prüfungslehre 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	<i>8.1. Aktive Teilnahme</i>			
	Schriftliche Einreichung der Bearbeitung einer Fallstudie; Fallstudienpräsentation.			
	<i>8.2. Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	<i>8.3. Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung 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			
	Jeweils im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Christopher Koch			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Englisch			

Aufbaumodul: Accounting and Taxation XIV: Wirtschaftsprüfung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.1340	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Governance IV: Wirtschaftsprüfung (03.996.1340)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen unbegrenzt			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> 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. 			
4.	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.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen <i>8.1. Aktive Teilnahme</i> Schriftliche Einreichung der Bearbeitung einer Fallstudie; Fallstudienpräsentation. <i>8.2. Studienleistung(en)</i> Keine. <i>8.3. Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote bei Ein-Fach-Studiengängen bzw. Fachnote bei Mehr-Fächer-Studiengängen 6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots Jeweils im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Christopher Koch			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch			

iii. Finance

Basismodul Finance				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.200	360 h	1 Semester	1. Semester	12 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Finance Theory (03.996.2400) (P)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Financial Services I: Asset Management (03.996.2210) (P)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studenten <ul style="list-style-type: none"> • vertiefen die finanzwirtschaftlichen Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium. • verstehen die Preisbildung auf Märkten für derivative Finanztitel und die optimale Zusammenstellung von Finanzanlagen. • erlernen Fähigkeiten, finanzwirtschaftliche Probleme zu erkennen, zu formulieren und mit wissenschaftlichen Methoden eigenständig Lösungen zu erarbeiten. • sollen fortgeschrittene Methoden und Konzepte der Unternehmensfinanzierungstheorie verstehen und anwenden können. • (englische Übersetzung): students should be able to understand and apply advanced methods of corporate finance theory. 			
4.	Inhalte Behandelt werden auf fortgeschrittenem Niveau zentrale Inhalte auf dem Gebiet der Finanzmärkte und der Finanzdienstleistungen. Im Zentrum des Lehrangebots stehen Vorlesungen über die Preisbildung derivativer Finanztitel (Asset Pricing) und optimale Anlageentscheidungen (Asset Management). <i>Corporate Finance Theory:</i> Behandelt werden auf fortgeschrittenem Niveau Fragen der optimalen Investitionsentscheidung sowie Finanzierungsentscheidung. In der Vorlesung werden dazu fortgeschrittene Methoden der Spiel- und Vertragstheorie behandelt. <i>Asset Management:</i> Universum der Anlagemöglichkeiten, Portfoliotheorie, Bewertungstheorie, Analyse der Performance, Aktives Management.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (120 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			

	12 von 120 Leistungspunkten.
10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Dietmar Leisen (Modulbeauftragter), Dr. Andrej Gill.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch.

Aufbaumodul Finance I: Finanzwirtschaftliche Entscheidungen				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2120	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Markets II: Finanzwirtschaftliche Entscheidungen (03.996.2120)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse zu finanzwirtschaftlichen Auswahlentscheidungen. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, fortgeschrittene Modelle zur Investitionsauswahl zu verstehen, um damit praktische Probleme der Investitionsauswahl und der finanzwirtschaftlichen Risikosteuerung lösen zu können.			
4.	Inhalte			
	Entscheidungen bei Sicherheit: Verallgemeinerte Barwertregel bei unvollkommenen Finanzmärkten, Approximation optimaler Investitionsprogramme, Entscheidungen bei Unsicherheit: Portefeuilleauswahl mit der Erwartungswert-Varianz-Regel, Indexierung und Tracking Error, Theorie der Entscheidung bei Unsicherheit, Portefeuilleauswahl mit der „Safety-First“-Regel.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Erfolgreich absolviertes Basismodul Finance ist vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung 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			
	NF Trautmann			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Literatur:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Trautmann, S. (2007): <i>Investitionen</i>, 2. Aufl., Springer, Heidelberg. 			

Aufbaumodul Finance II: Finanzmarktanalyse				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2130	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Markets III: Finanzmarktanalyse (03.996.2130)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse über die Preisbildung auf Finanzmärkten. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, fortgeschrittene Methoden zur Finanzmarktanalyse zu verstehen, um damit praktische Probleme, wie die Performance-Messung auf Basis von Finanzmarktgleichgewichtsmodellen lösen zu können.			
4.	Inhalte			
	Makrostruktur von Finanzmärkten: Finanzmarktsegmente, Preise und Renditen im Finanzmarktgleichgewicht, empirische Befunde und theoretische Begründungen für Anomalien, Performance-Maße, Performance aktiver Anlagestrategien. Mikrostruktur von Finanzmärkten: Institutionen und Marktstrukturen, Quote-getriebene Finanzmärkte, Order-getriebene Finanzmärkte, Modelle mit Bayesschem Lernen.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Erfolgreich absolviertes Basismodul Finance vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung 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			
	NF Trautmann			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Literatur:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Trautmann, S. (2007): <i>Investitionen</i>, 2. Aufl., Springer, Heidelberg. 			

Aufbaumodul Finance III: Zins- und Kreditderivate				
Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2140	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Markets IV: Zins- und Kreditderivate (03.996.2140)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Vertiefung der Kenntnisse über die Preisbildung auf Finanzmärkten. Die Studierenden sollen dazu befähigt werden, fortgeschrittene Modelle zur Preisbildung von Zins- und Kreditderivaten zu verstehen, um damit praktische Probleme der finanzwirtschaftlichen Bewertung und Risikosteuerung lösen zu können.			
4.	Inhalte			
	Zinsderivate ohne und mit Optionsrechten, zeitdiskrete und zeitstetige Zinsstrukturmodelle, Kreditrisiko und Kreditderivate, Kreditderivatmodelle.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Erfolgreich absolviertes Basismodul Finance vorteilhaft.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung 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			
	NF Trautmann			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Literatur:			
	• Trautmann, S. (2007): <i>Investitionen</i> , 2. Aufl., Springer, Heidelberg.			

Aufbaumodul Finance V: Private Equity				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2220	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Services II: Private Equity (03.996.2220)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> • Charakteristika von Venture Capital und Buyout Investitionen • Rolle der Informationsprobleme • Werttreiber und Vertragsstrukturen 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Venture Capital Investitionen: Bewertung, Vertragskomponenten und Vertragsgestaltung • Buyout Investitionen: Leverage und Agency Kosten • Private Equity als Anlagemöglichkeit: Fundraising, Vertragsgestaltung und Risikoadjustierte Renditen 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	<i>8.1. Aktive Teilnahme</i>			
	<i>8.2. Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	<i>8.3. Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung 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. Dietmar Leisen.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Empfohlene Literatur:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Hartmann-Wendels, T.; A. Pfingsten; M. Weber: Bankbetriebslehre, Springer • Metrick, Andrew: Venture Capital and the Finance of Innovation, Wiley, 2007 			

Aufbaumodul Finance VI: Risikomanagement				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2230	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Financial Services III: Risikomanagement (03.996.2230)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<ul style="list-style-type: none"> • Unterscheidung der wesentlichen Risikoformen • Modellierung, Messung und Steuerung von Risiken 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Marktrisiken: Empirie, Modellierung und Risikomaße • Zinsrisiken: Empirie und Asset Liability Management • Kreditrisiken: Empirie, Modellierung und Portfolio Risiko 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. 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 Modulprüfung 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. Dietmar Leisen			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Empfohlene Literatur:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Hartmann-Wendels, T.; A. Pfingsten; M. Weber: Bankbetriebslehre, Springer • Hull, J.: Risk Management and Financial Institutions. 2nd edition, Pearson, 2010. 			

Aufbaumodul Finance VII: Applied Corporate Finance				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2410	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Finance I: Applied Corporate Finance (03.996.2410)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden sollten nach Absolvieren der Lehrveranstaltung <ul style="list-style-type: none"> • die Governance eines Unternehmens verstehen • das Zusammenwirken von Finanzierungsentscheidungen und Investitionen analysieren können • die Ausschüttungspolitik von Unternehmen charakterisieren können • den Unternehmenswert berechnen können 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmens-Governance • Bewertung von Investitionsentscheidungen • Analyse von Finanzierungsentscheidungen • Dividenden- und Ausschüttungsentscheidungen • Methoden der Unternehmensbewertung 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. 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 Modulprüfung			
	Schriftliche Prüfung (sofern Klausur 90 min)			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Regelmäßig im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	NF Banner.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Englisch			

Aufbaumodul Finance VIII: Corporate Finance II				
Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.2420	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Corporate Finance II: Corporate Finance II (03.996.2420)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden sollen nach Absolvieren der Veranstaltung die fortgeschrittenen Methoden und Konzepte der Unternehmensfinanzierungs-Theorie verstehen und anwenden können. Dies ermöglicht Ihnen, aktuelle Forschungsartikel nachvollziehen und die theoretischen Modelle auf beobachtete Phänomene anwenden zu können.			
4.	Inhalte			
	Die Vorlesung betrachtet fortgeschrittene Methoden der Mikroökonomie wie Spieltheorie, Entscheidungen unter symmetrischer und asymmetrischer Information, unvollständige Verträge und Mechanismus Design. Diese Konzepte werden auf unternehmerische Investitions- und Finanzierungsentscheidungen angewendet sowie auf das Design von Wertpapieren und die Architektur von Finanzmärkten.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und freien Teil des M. Sc. in Management.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	None.			
	8.3. Modulprüfung			
	Hausarbeit und Präsentation			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Unregelmäßig im Sommersemester			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	NF Bannier.			
12.	Sonstige Informationen			
	Language of Instruction: English.			

iv. Information and Logistics

Basismodul Information and Logistics				
Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.300	360 h	1 Semester	1. Semester	12 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Logistik I: Management Science/Operations Research (03.996.3110) (P)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	Winfo I: Entwicklung von betrieblichen Informationssystemen (03.996.3210) (P)			
	a) Vorlesung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Erweiterung der Kenntnisse in Wirtschaftsinformatik und Logistikplanung. Vermittlung der Fähigkeit, praktische Probleme der Wirtschaftsinformatik und der Logistikplanung zu erfassen, zu modellieren und mit wissenschaftlichen Modellen und Methoden eigenständig Lösungen zu entwickeln bzw. solche Prozesse beratend zu begleiten.			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden zentrale Grundlagen auf dem Gebiet der Wirtschaftsinformatik und des Logistikplanung.			
	<i>Management Science/Operations Research:</i> Die Lehrveranstaltung ist als Grundlagenveranstaltung konzipiert und stellt die fundamentalen Modelle und Methoden bereit, wie sie in weiterführenden Veranstaltungen des Logistikmanagements benötigt werden. Viele wichtige ökonomische und technische Entscheidungsprobleme sind so komplex, dass sie nicht durch simples Aufstellen, Bewerten und Auswählen von Handlungsalternativen gelöst werden können. Die Lehrveranstaltung vermittelt hierzu Modelle und Verfahren zur Entscheidungsunterstützung aus dem Bereich der Optimierung, die zur besseren Beschreibung, Analyse, Planung und Steuerung von entsprechenden Prozessen dienen. Anwendungsbereiche liegen in Produktion und Logistik, aber auch in den Gebieten Qualitätssicherung, Marketing, Investitions- und Finanzplanung, Projektplanung, Telekommunikation, Gesundheitswesen, Banken und Versicherungen, in technischen Anwendungen und in den Natur- und Sozialwissenschaften.			
	<i>Entwicklung von betrieblichen Informationssystemen:</i> In der Lehrveranstaltung sollen die Studierenden Fähigkeiten zur Konzeption und Auswahl betrieblicher Informationssysteme entwickeln. Hierbei sollen neben fachlichen Anforderungen auch technische Notwendigkeiten sowie Effizienz und Wartungsfreundlichkeit berücksichtigt werden. Die Studierenden sollen die grundlegenden Aktivitäten der daten- und funktionsgetriebenen Entwicklung sowie die zugehörigen Konzepte, Methoden und Techniken lernen sowie die Fähigkeit erwerben, diese Konzepte und Methoden für den Entwurf einfacher betrieblicher Informationssysteme praktisch anzuwenden. Hierzu gehört insbesondere auch die Modellierung von Informationssystemen mit Hilfe von Diagrammen der Unified Modeling Language (UML). Die Kenntnisse werden im Rahmen einer praxisorientierten Fallstudie angewendet. Im Rahmen der vorlesungsbegleitenden Übung entwickeln die Studierenden in Gruppen unter Betreuung des Dozenten ein selbst gewähltes webbasiertes Anwendungssystem. Alle Kenntnisse und Fähigkeiten, die für die Erstellung des Anwendungssystems notwendig sind, werden in der Vorlesung/Übung vermittelt.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik. HF Master of Education Informatik (Wirtschaftsinformatik).			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			

	Keine.
8.	Leistungsüberprüfungen
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>
	Keine.
	8.3. <i>Modulprüfung</i>
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (120 min).
9.	Stellenwert der Note in der Endnote
	12 von 120 Leistungspunkten.
10.	Häufigkeit des Angebots
	Jährlich im Wintersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende
	Prof. Dr. Stefan Irnich (Modulbeauftragter), Prof. Dr. Franz Rothlauf.
12.	Sonstige Informationen
	Unterrichtssprache: Deutsch.

Aufbaumodul Information and Logistics I: Transportlogistik				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3120	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Logistik II: Transportlogistik (03.996.3120)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden sollen lernen, was typische Planungsaufgaben der Transportlogistik sind. Sie sollen die in der Praxis anzutreffenden Problemstellungen klassifizieren und in Modelle einordnen können. Sie erhalten einen Überblick über die heutzutage anwendbaren Lösungsverfahren, wie sie in IT-Systemen zur Transportplanung und –disposition eingesetzt werden.			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden Modelle und Verfahren für die Standardprobleme der taktischen und operativen Transportplanung wie Netzflussprobleme, Rundreiseprobleme, Briefträgerprobleme, Tourenplanungsprobleme. Im Einzelnen: <ul style="list-style-type: none"> • Strategische, taktische und operative Planungsprobleme in der Transportlogistik, rollierende Planung • Wege, Minimal-spannende Bäume, Traveling Salesman Probleme und praxisrelevante Erweiterungen des TSP (insb. Zeitfenstern und Präzedenzen), Vehicle Routing Probleme, Briefträgerprobleme 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine. Sinnvoll sind aber Vorkenntnisse aus dem Basismodul Information and Logistics, insbesondere aus der Veranstaltung Operations Research/Management Science.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	In der Regel jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Irnich			

12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Unterrichtssprache: Deutsch</p> <p>Empfohlene Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none">• [Domschke 2007] Domschke, W.: Logistik: Transport. 5. Auflage, München, Wien : Oldenbourg, 2007. – ISBN 978-3-486-58290-1• [Domschke und Scholl 2010] Domschke, W. ; Scholl, A.: Logistik: Rundreisen und Touren. 5. Auflage. München, Wien : Oldenbourg, 2010. – ISBN 978-3-486-59093-7• [Grünert und Irnich 2005] Grünert, T. ; Irnich, S.: Optimierung im Transport Band I: Grundlagen. Aachen : Shaker Verlag, 2005• [Grünert und Irnich 2005] Grünert, T. ; Irnich, S.: Optimierung im Transport Band II: Wege und Touren. Aachen : Shaker Verlag, 2005
-----	---

Aufbaumodul Information and Logistics II: Revenue Management				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3130	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Logistik III: Revenue Management (03.996.3130)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die Studierenden sollen lernen, unter welchen Voraussetzungen Revenue Management (RM) Methoden eingesetzt werden können und welches Potential diese bieten. Sie sollen die RM Instrumente verstehen, um über deren Einsatz zu entscheiden, Ergebnisse kritisch zu beurteilen und Instrumente im konkreten Anwendungskontext weiter zu entwickeln bzw. bei der Entwicklung zu helfen.			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden ausgewählte Modelle und Methoden der Preisdifferenzierung, Kapazitätssteuerung und Überbuchungssteuerung, dargestellt an typischen Beispielen aus Anwendungsbereichen Personenluftverkehr, Autovermietungen, Hotellerie, Gütertransport, Einzelhandel u.a.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine. Sinnvoll sind aber Vorkenntnisse aus dem Basismodul Information and Logistics, insbesondere aus der Veranstaltung Operations Research/Management Science.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine.			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	In der Regel jährlich im Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Irnich			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			
	Empfohlene Literatur:			
	<ul style="list-style-type: none"> • [Klein und Steinhardt 2008] Klein, R. ; Steinhardt, C.: Revenue Management. Berlin, Heidelberg : Springer, 2008. – ISBN 978-3-540-68843-3 • [Phillips 2005] Phillips, R.L.: Pricing and Revenue Optimization. Stanford University Press, 2005 • [Talluri und van Ryzin 2004] Talluri, K.T. ; van Ryzin, G.J.: The Theory and Practice of Revenue Management. Springer, 2004 			

Aufbaumodul Information and Logistics III: Standortplanung und Netzwerk-Design

Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3140	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Logistik IV: Standortplanung und Netzwerk-Design (03.996.3140)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Standortentscheidungen sind strategische Entscheidungen und haben oft erheblichen Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Die Studierenden sollen die in der Praxis auftretenden Standortprobleme klassifizieren und in Modellen abbilden können. Ziel ist es ferner, dass die Studierenden die relevanten Planungsmethoden erlernen, kritisch beurteilen und prototypisch z.B. mit Hilfe von Spreadsheet Software oder Modellierungssprachen anwenden können.			
4.	Inhalte			
	Die Wahl von Produktions- und Lagerstandorten ist für viele Unternehmen eine der wesentlichen strategischen Entscheidungen. Die Frage wo, wann, wie viel produziert oder gelagert wird, bestimmt Materialflüsse, Kosten, Lieferzeiten und Liefertreue. Die Lehrveranstaltung gibt eine Einführung in die grundlegenden Begriffe, Modelle und Methoden zur Standortplanung und zum Design von logistischen Netzwerken.			
	Im Einzelnen:			
	<ul style="list-style-type: none"> • Modelle in der Ebene, in Netzwerken und diskrete Modelle • Problemstellungen: Mediane, Zentren, Überdeckungen (Coverings), Hub-Location • Methoden: primär Heuristiken: Eröffnungs- und Verbesserungsverfahren 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine. Sinnvoll sind aber Vorkenntnisse aus dem Basismodul Information and Logistics, insbesondere aus der Veranstaltung Operations Research/Management Science.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>			
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	8.3. <i>Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	In der Regel Jährlich im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Irnich.			

12.	<p data-bbox="172 172 395 197">Sonstige Informationen</p> <hr data-bbox="172 203 1471 206"/> <p data-bbox="172 210 480 235">Unterrichtssprache: Deutsch</p> <p data-bbox="172 264 405 288">Empfohlene Literatur:</p> <ul data-bbox="220 293 1471 483" style="list-style-type: none"><li data-bbox="220 293 1445 349">• [Daskin 1995] Daskin, M.S.: Network and Discrete Location, Models, Algorithms, and Applications. New York : Wiley, 1995<li data-bbox="220 353 1471 409">• [Domschke und Drexl 1995] Domschke, W. ; Drexl, A.: Logistik: Standorte. 4. Auflage. Oldenbourg, 1995. – ISBN 978-3486235869<li data-bbox="220 414 1458 483">• [Love u. a. 1988] Love, R.F. ; Morris, James G. ; Wesolowsky, George O.: Publications in Operations Research Series. Bd. 7: Facilities Location: Models and Methods. New York, NY : Elsevier Science Publishing, 1988. – ISBN 978-0130500557
-----	--

Aufbaumodul Information and Logistics IV: Heuristische Optimierungsverfahren

Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3150	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Logistik V: Heuristische Optimierungsverfahren (03.996.3150)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studierenden sollen lernen, aus welchen Komponenten Heuristiken bestehen, wie man die Leistungsfähigkeit unterschiedlicher heuristischer Verfahren analysieren kann und wie sie selbst solche Verfahren für die Lösung bekannter oder neuer Aufgabenstellungen entwickeln können.			
4.	Inhalte Die Vorlesung Heuristische Optimierungsverfahren beschäftigt sich mit der Beschreibung, Konstruktion und Analyse von Heuristiken. Heuristiken sind Algorithmen, die ein gegebenes Optimierungsproblem mit einem akzeptablen Aufwand möglichst gut zu lösen versuchen. Sie werden benötigt, da die meisten praktisch relevanten Optimierungsprobleme schwierige Probleme sind (NP-schwer im Sinne der Komplexitätstheorie). Vorlesung und Übung stellen grundlegende Methoden zur Analyse von Laufzeit und Performance von Heuristiken bereit. Ferner werden - im Sinne eines universellen Werkzeugkastens – bewährte heuristische Prinzipien vorgestellt und an Beispielen aus den Bereichen Transportlogistik, Produktion und Standortplanung sowie der Optimierung in Graphen veranschaulicht. Die behandelten (meta-)heuristischen Verfahren umfassen Greedy-Algorithmen, Lokale Suche, Very Large-Scale Neighborhood Search, Variable Neighborhood Search (VNS, VND), Lagrange-Heuristiken, GRASP, Tabu Search, Simulated Annealing, Genetische Algorithmen, Ameisen-Algorithmen. In der Übung werden nach dem Prinzip „Learning by Doing“ (Fallstudien) exemplarisch von den Studierenden neue Komponenten heuristischer Verfahren entwickelt, am PC umgesetzt und analysiert (PC Pool).			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine. Sinnvoll sind aber Vorkenntnisse aus dem Basismodul Information and Logistics, insbesondere aus den Veranstaltungen Operations Research/Management Science und Einführung in die Programmierung.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 Minuten).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots Unregelmäßig im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Stefan Irnich			

12. Sonstige Informationen

Unterrichtssprache: Deutsch

Empfohlene Literatur:

- E. Aarts, J.K. Lenstra: Local Search in Combinatorial Optimization, Wiley, 1997.
- D. Corne, M. Dorigo and F. Glover: New Ideas in Optimization, McGraw Hill, 1999.
- K. Doerner, M. Gendreau, P. Greistorfer, W.J. Gutjahr, R.F. Hartl, M. Reimann (Eds.), Metaheuristics, Progress in Complex Systems Optimization, Springer, 2007.
- F. Glover, M. Laguna: Tabu Search, Kluwer Academic Publishers, 1997.
- V. Maniezzo, T. Stützle, S. Voß, Matheuristics, Hybridizing Metaheuristics and Mathematical Programming, Springer, 2009.
- Z. Michalewicz, D.B. Fogel: How to Solve It: Modern Heuristics, Springer, 1999.
- W. Michiels, E. Aarts, J. Korst, Theoretical Aspects of Local Search, Springer, 2007.
- C. Reeves (ed.): Modern Heuristic Techniques for Combinatorial Problems, McGraw-Hill, 1995.
- F. Rothlauf: Design of Modern Heuristics, Springer, 2011.

Aufbaumodul Information and Logistics V: Ausgewählte Themen des Logistikmanagements				
Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3170	180 h	1 Semester	2. oder 3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Ausgewählte Themen des Logistikmanagements			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Ausgewählte Themen der Logistikplanung und des Operations Research			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden Spezialthemen der Logistik und des Operations Research, die die erworbenen Basiskenntnisse vertiefen sollen.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
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 Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Unregelmäßig im Winter- oder Sommersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Irnich.			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch			

Aufbaumodul Information and Logistics V: Ausgewählte Themen des Logistikmanagements: Advanced Airline Strategies				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3171	180 h	1 Semester	2. oder 3. Semester	6 LP
13.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Ausgewählte Themen des Logistikmanagements			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
14.	Gruppengrößen			
	Siehe Anhang			
15.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende lernen selbständig einen Businessplan im Bereich Low Cost Long Haul Airline zu erarbeiten, für eine echte Fluggesellschaft ein Strategie-Consulting-Projekt zu simulieren und praktisch relevante Ergebnisse zu erzielen.			
16.	Inhalte			
	Entwicklung eines Businessplans für eine Low Cost Long Haul Airline (Beschreibung s. Englisch).			
17.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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			
	Vorheriger Besuch „Airline Strategies“ 03.996.3276 ausdrücklich empfohlen			
19.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	keine			
20.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Präsentation			
	8.3. Modulprüfung			
	Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 Min.).			
21.	Stellenwert der Note in der Endnote bei Ein-Fach-Studiengängen bzw. Fachnote bei Mehr-Fächer-Studiengängen			
	6 von 120 Leistungspunkten.			
22.	Häufigkeit des Angebots			
	Unregelmäßig im Winter- und Sommersemester.			
23.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Stefan Irnich Dr. Philipp Goedeking			
24.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: This class will be taught in German or English, depending on students' preferences. Students will prepare presentations on demanding subjects in English, using a pre-determined visual format with graphs, charts and other content.			
	Recommended literature: Doganis, Rigas. Flying Off Course. Routledge, 2010. Minto, Barbara The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking. Prentice Hall, 2008. Goedeking, Philipp. Networks in Aviation: Strategies and Structures. Springer, 2010. Morrell, Peter. Airline Finance. Ashgate, 2013. Sterzenbach, R. and Conrady, R. Luftverkehr. Oldenbourg, 2012. Wensveen, John G. Air Transportation. Ashgate, 2011.			

Aufbaumodul Information and Logistics VI: Intelligent Information Systems				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3220	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Wirtschaftsinformatik II: Intelligent Information Systems (03.996.3220)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>In der Vorlesung "Intelligente Informationssysteme" beschäftigen wir uns mit Methoden der Künstlichen Intelligenz, welche in Informationssystemen eingesetzt werden können. Motivation für die Vorlesung ist, dass die Automation durch und in Informationssystemen in den nächsten Jahren noch einmal deutlich zunehmen wird. Voraussetzung für eine selbständige und automatisierte Abarbeitung von Aufgaben durch Informationssysteme sind Optimierungs-, Such- und Klassifikationsverfahren, welche automatisiert Daten verarbeiten und Entscheidungen vorbereiten oder treffen.</p> <p>Im Rahmen der Vorlesung und integrierten Übung erwerben die Studierenden Wissen zu den Grundlagen von derartigen Systemen und wenden diese an kleineren praktischen Beispielen an. Relevante Bereiche hierbei sind die</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modellierung von Problemen, • unterschiedliche Arten von Suchverfahren, • Maschinelles Lernen und Künstliche Neuronale Netze, • unterschiedliche Arten von Optimierungsverfahren sowie die • Grundlagen der Aussagenlogik. 			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Fortgeschrittene Planungssysteme • Modellbildung • Exakte und heuristische Lösungsverfahren • Evolutionäre Algorithmen • Neuronale Netze • Logik • Agenten und Multiagentensysteme. 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.</p>			
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 Modulprüfung 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. Franz Rothlauf
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: Peter Norvig / Stuart Russell, Künstliche Intelligenz, Ein moderner Ansatz. 2. Auflage, Pearson Studium.

Aufbaumodul Information and Logistics VII: Management of Information Systems

Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3230	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Wirtschaftsinformatik III: Management of Information Systems (03.996.3230) Werkstattkurs (P)	4 SWS/42 h	138 h	6 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterung.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Students learn <ul style="list-style-type: none"> • how to strategically plan the development and use of information systems from a managerial perspective, • how to analyze the usage, benefits, and performance of information systems in a company and how IS can give a company a competitive advantage, • how to decide on the proper organisation of the IS function. Relevant aspects are the sourcing of the IS function (in-house, outsourcing, offshoring), the organisation of the IS controlling, and IS risk management 			
4.	Inhalte This is a case study class given in English which focuses on issues related to the management of the IS function in a company. The class consists of a weekly lecture and some additional block classes (exercises) given by managers from IT companies. The students have to prepare (in groups) some homework on the analysis of the IS function in different real-world cases. We address - from the perspective of a CIO - how information systems planning takes place in an organisation and what instruments can be used. Furthermore, we learn how to organise, manage, and control the IS function. <ul style="list-style-type: none"> • Information systems planning (Theory and Practice) • Instruments for a strategic analysis of IS <ul style="list-style-type: none"> ○ Strategic Grid ○ SWOT Analysis ○ Porter's Value Chain ○ Porter's Five Forces ○ Resourced Based View • Organisation of the IS/T function and resources <ul style="list-style-type: none"> ○ IS governance ○ Preparing the buy versus make decision ○ Outsourcing ○ Offshoring • Controlling issues of IS/T • Risk management 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfung 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. Franz Rothlauf.
12.	Sonstige Informationen
	Unterrichtssprache: Englisch
	Relevant literature: Given in class

Aufbaumodul Information and Logistics VIII: ERP-Systeme				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3245	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Wirtschaftsinformatik IV: Enterprise Resource Planning Systems I (03.996.3245) Werkstattkurs (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Wirtschaftsinformatik V: Enterprise Resource Planning Systems II (03.996.3255) Werkstattkurs (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende <ul style="list-style-type: none"> • haben einen Überblick über die Funktionsweise von ERP Systemen (am Beispiel von SAP), • können Nutzen von ERP-Systemen vermitteln, • können die Software SAP in unterschiedlichen Funktionen eines Unternehmens anwenden, • kennen Funktionen und Referenzprozesse im SAP mit Hinblick auf Einkauf und Verkauf. 			
4.	Inhalte Das Modul beschäftigt sich mit Anwendungskonzepten sowie technischen Architekturen von ERP-Systemen. Die Vorlesung findet in den PC-Poolräumen. <ul style="list-style-type: none"> • Technische Grundlagen von ERP-Systemen. • Anwendung der Software SAP im Bereich der ERP-Systeme. • Kernaspekte der Einführung und Anpassung eines ERP-Systems. • Prozessbezogene Betrachtung von ERP-Systemen, vor allem in den Bereichen Einkauf und Verkauf. • Anwendung der Software des Marktführers im Bereich der ERP-Systeme. 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulteilprüfungen in Form von Klausuren (je 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. Franz Rothlauf.			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: Wird in der Veranstaltung bereitgestellt			

Aufbaumodul Information and Logistics IX: Projektarbeit in Wirtschaftsinformatik

Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3265	180 h	1 Semester	2. oder 3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen Wirtschaftsinformatik VI: Projektarbeit (03.996.3265) Praktische Übung (P)	Kontaktzeit 4 SWS/42 h	Selbststudium 138 h	Leistungspunkte 6 LP
2.	Gruppengrößen Individuelle Betreuung durch die Dozentin/den Dozenten.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Studierende lernen selbständig an einer selbstgewählten Themenstellung zu arbeiten und praktisch relevante Ergebnisse zu erzielen.			
4.	Inhalte Werden in Absprache mit einem Betreuer am Lehrstuhl Wirtschaftsinformatik festgelegt. Aktuelle Informationen entnehmen Sie bitte unserer Lehrstuhl-Website.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Wirtschaftswissenschaftliche Informatik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Prüfung, i.d.R. Hausarbeit.			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten.			
10.	Häufigkeit des Angebots Unregelmäßig im Sommer- oder Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Franz Rothlauf.			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch.			

Aufbaumodul Information and Logistics X: Airline Strategies				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3276	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Wirtschaftsinformatik VII: Airline Strategies (03.996.3276) Werkstattkurs (P)	4 SWS/42 h	138 h	6 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende lernen selbständig an einer selbstgewählten Themenstellung im Bereich von Airlinestrategien zu arbeiten und praktisch relevante Ergebnisse zu erzielen.			
4.	Inhalte			
	<p>This class will be taught in German or English, depending on students preferences. The course will focus on up-to-date airline strategies whilst also addressing the strategic challenges of airports, manufacturers, and regulators. The class will outline the regulatory framework of global aviation, including current aspects of controversy like emission trading, national ownership & control, or state aid. The drivers of airline economics such as asset financing, asset utilization, HR, and relevant macroeconomics (i.e. fuel price) will be reviewed as well as the specific complexities of airline controlling. Key airline functions such as pricing, revenue management, network planning, sales and distribution, flight ops, and some engineering aspects of the aviation system will be explained. The fundamental mechanisms of airline competition will be described. The understanding of these aspects will then permit the in depth analysis of prototypical airline strategies such as low cost, regional, global multi-hub, or others. Special emphasis will be given to the increasing role of IT in airline pricing and distribution and optimization of asset utilization. In general, the course will emphasize quantitative analysis whenever relevant.</p> <p>Syllabus: Airline regulation: IATA, ICAO, Chicago Convention, national ownership & effective control, emission trading Airline functions: Network management, pricing, revenue management, flight operations, MRO Airline strategy: LCC, network carrier, hybrid carrier, regional airline IT: Global Distribution Systems (GDS), Central Reservation Systems (CRS), aircraft rotations, crew management.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. 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 Modulprüfung; sofern 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: Franz Rothlauf, Dr. Philipp Goedeking.			
12.	Sonstige Informationen			

Aufbaumodul Information and Logistics XI: Entscheidungsunterstützungssysteme im Marketing

Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.3281	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen Wirtschaftsinformatik VIII: Entscheidungsunterstützungssysteme im Marketing (03.996.3281) Werkstattkurs (P)	Kontaktzeit 4 SWS/42 h	Selbststudium 138 h	Leistungspunkte 6 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studierenden erlernen mit Hilfe von Anwendungen in praktischen Szenarien Grundlagen im Bereich statistische Prognoseverfahren, Dataming Techniken, Business Intelligence, Business Analytics und Decision Support Systems, Umgang mit großen Datensätzen (Datenanalyse) und Keyword Advertising.			
4.	Inhalte Klassischerweise wird der Begriff Decision Support System (DSS) als computergestütztes Planungs- und Informationssystem definiert, welches die Entscheidungsvorbereitung auf den Führungsebenen vorbereitet bzw. unterstützt, jedoch die Entscheidung nicht selbst trifft. Vor dem Hintergrund der rasanten Entwicklung in der IT sowie der flächendeckenden Verbreitung des Internets scheint diese Definition vielfach überholt zu sein, da eine Vielzahl von Decision Support Systems heutzutage völlig autonom und oftmals in Echtzeit nicht ausschließlich strategische, sondern auch operative Entscheidungen treffen (z.B. Finanztransaktionen im Investmentbanking, Real Time Bidding im Online Marketing oder Airline Revenue Management Systeme). Das übergeordnete Ziel dieser Veranstaltung ist die Entwicklung eines (operativen) Decision Support Systems am Anwendungsfall des Suchmaschinenmarketings (oder Keyword Advertising). Die Vorlesung ist daher in zwei Hauptteile gegliedert. Nach einem einführenden Teil zu DSS und angrenzenden Themenbereichen wie Business Intelligence, Data Warehousing oder Data Mining, richtet der zweite Teil der Vorlesung den Fokus auf das Thema Suchmaschinenmarketing, (Keyword-) Auktionen und Bidmanagement. Das Ziel der begleitenden Übungen ist es in Gruppenarbeit ein DSS zu entwickeln, das für ein vorgegebenes Portfolio von Keywords die „optimale“ Bietstrategie bestimmt. Die entwickelten Systeme treten unter realistischen Bedingungen im Rahmen eines Keyword Advertising Simulation-Programms gegeneinander an und dem Gewinner wird ein Preis in Aussicht gestellt. Keywords: <ul style="list-style-type: none"> • Decision-Making Process • Decision Support Systems and concepts • Data Mining, Predictive Analytics • Business Intelligence and Data Warehousing • Keyword Advertising and Bidmanagement • Stochastic Simulation • Game Theory: Generalized First/Second Price Auction 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Voraussetzung für den Besuch der Veranstaltung sind Grundlagenkenntnisse in Statistik/Stochastik und Operations Research sowie ein vorheriger Besuch der Veranstaltung EDV. Kenntnisse im Umgang mit der Programmiersprache R sind von Vorteil, werden aber im Rahmen der Übungen vermittelt.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung			

	Schriftliche Modulprüfung (sofern 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. Franz Rothlauf, Dr. Jella Pfeiffer.
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch.

v. International Management and Marketing

Basismodul International Management and Marketing				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.400	360 h	1 Semester	1. Semester	12 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Management I: Grundlagen des Internationalen Managements (03.996.4011)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	b) Übung (P)	1 SWS/11,5 h	48,5 h	2 LP
	Marketing I: Globaler Wettbewerb und Marketingstrategie (03.996.4210)	2 SWS/21 h	99 h	4 LP
	Vorlesung (P)			
	Marketing II: International Market-Oriented Management (03.996.4110)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	b) Übung (P)	1 SWS/11,5 h	48,5 h	2 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende wenden die vorhandenen Grundlagen-Kenntnisse aus dem Bachelor-Studium im Bereich des Internationalen Managements und Marketings an und vertiefen diese anhand aktueller Fragestellungen und Beispiele aus dem internationalen Marketing. Sie entwickeln daraus ein tiefergehendes Verständnis für die internationale Unternehmenstätigkeit vor dem Hintergrund des verstärkt globalen Wettbewerbs.			
4.	Inhalte			
	Behandelt werden auf fortgeschrittenem Niveau zentrale Inhalte auf dem Gebiet des Internationalen Managements und Marketings.			
	<i>Grundlagen des Internationalen Managements:</i> Studierende lernen in der Veranstaltung die Spezifika des Managements international agierender Unternehmen. Anhand von Theorien, Konzepten und praktischen Fallbeispielen bearbeiten Sie folgende Themenfelder: Allgemeine Grundlagen des Internationalen Managements, Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien, Internationalisierungsprozessstheorien, Grundzüge des internationalen Organisationsmanagements, Messung von Internationalisierung, Grundzüge des interkulturellen Managements, Aktuelle Themen des Internationalen Managements			
	<i>Globaler Wettbewerb und Marketingstrategie:</i> Grundlagen und Herausforderungen des internationalen Wettbewerbs; Dynamisierung durch Globalisierung, kürzere Produktlebenszyklen; Neue Formen der Marketingstrategie; Lokale, nationale und globale Preiskriege; Konkurrenzsignaling und Frühwarnsignale; Diskussion aktueller Themen des globalen Wettbewerbs (z.B. Asien versus Europa versus USA, BRIC Staaten, etc); Entwicklung Internationaler Eintrittsstrategien; Stabilität von Wettbewerbsvorteilen durch globale Marken; Vergleich globaler day-to-day Marken (z.B. Coke, Levis) mit globalen Luxusmarken (z.B. Rolex, Mercedes).			
	<i>International Market-Oriented Management:</i> Diese Veranstaltung zielt darauf ab, das Zusammenwirken des absatzwirtschaftlichen Instrumentariums zu verdeutlichen. Darüber hinaus soll der Bezug zum strategischen Management diskutiert werden. Hierbei geht es vor allem darum, den Studierenden einen Überblick über die marktorientierte Steuerung eines Unternehmens zu vermitteln. Basierend auf ausgewählten Ansätzen zu aktuellen Themen sollen praxisnahe Fragestellungen zum sehr breiten Themenspektrum der marktorientierten Unternehmenssteuerung beantwortet werden. Die Veranstaltung ist sehr anwendungsnah gestaltet. Daher werden Konzepte und Instrumente nicht nur theoretisch dargestellt; vielmehr erhalten die Teilnehmer präsenste Beispiele aus der Wirtschaft. Die Veranstaltung beginnt mit einem einführenden Überblick über Grundlagen des strategischen Managements. Des Weiteren werden Methoden und Instrumente des strategischen Managements auf Geschäftsfeldebene und im Anschluss auf Unternehmensebene thematisiert.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfungen in Form einer Klausur (jeweils 60 min).
9.	Stellenwert der Note in der Endnote 12 von 120 Leistungspunkten.
10.	Häufigkeit des Angebots Jährlich im Wintersemester.
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Oliver P. Heil, Prof. Dr. Frank Huber, Prof. Dr. Erk Piening (Modulbeauftragter).
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache der Vorlesung <i>Grundlagen des Internationalen Managements</i> : Deutsch Unterrichtssprache der Vorlesung <i>Globaler Wettbewerb und Marketingstrategie</i> : Deutsch und Englisch. Unterrichtssprache der Vorlesung <i>International Market-Oriented Management</i> : Deutsch.

Aufbaumodul International Management and Marketing I: Organizational Behaviour

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
	Management II: Organizational Behavior (03.996.4021)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Studierende sollen in der Veranstaltung grundlegende Bestimmungsgrößen des Verhaltens in Organisation 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, organisationaler Wandel)			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. 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			
	Fallstudie (40 %) und Klausur (60 min, 60 %)			
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 (Modulbeauftragter).			
12.	Sonstige Informationen			
	Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch.			
	Die Fallstudie und die Klausur müssen im gleichen Semester bestanden werden.			

Aufbaumodul International Management and Marketing II: Innovationsmanagement

Modul-Kennnummer (JOGU-St/Ne)	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
	Management III: Innovationsmanagement (03.996.4031)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>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.</p> <p>In Gruppenarbeit bearbeiten und präsentieren die Studierenden praxisnahe Fallstudien, durch die sie Vorlesungsinhalte vertiefen und reflektieren.</p>			
4.	Inhalte			
	<p>Innovation – Begriffe, Formen, Beispiele; Innovationsprozesse – Verlaufsformen, Akteure, Aktivitäten, Herausforderungen; Kreativität und Ideenmanagement; Innovationsmanagement – Strategien und Konzepte; Innovationskooperationen – Netzwerke, Allianzen, Open Innovation.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.</p>			
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			
	Fallstudie (40 %) und Klausur (60 min, 60 %).			
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 und Englisch.			
	Die Fallstudie und die Klausur müssen im gleichen Semester bestanden werden.			

Aufbaumodul International Management and Marketing III: 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 III: Marketing Instruments (03.996.4120)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. <i>Aktive Teilnahme</i>			
	8.2. <i>Studienleistung(en)</i>			
	Keine.			
	8.3. <i>Modulprüfung</i>			
	Schriftliche Modulprüfung 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

Aufbaumodul International Management and Marketing IV: Market Research				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	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
	Marketing IV: Market Research (03.996.4140)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
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			
	<p>Market Research – Quantitative Methoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktorenanalyse • Clusteranalyse • Regressionsanalyse • Varianzanalyse • Conjoint-Analyse <p>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.</p> <p>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.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.</p>			
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 Modulprüfung 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.

Aufbaumodul International Management and Marketing V: Marketing Intelligence

Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4180	180 h	1 Semester	3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Marketing V: Marketing Intelligence (03.996.4180)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Übung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
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 konzipieren 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 Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. <i>Aktive Teilnahme</i> 8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine. 8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 Minuten).			
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			

Aufbaumodul International Management and Marketing VI: 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 Marketing VI: Marketing in China and Japan (03.996.4150) Vorlesung (P)	Kontaktzeit 4 SWS/42 h	Selbststudium 138 h	Leistungspunkte 6 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
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 <ul style="list-style-type: none"> • 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 Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Besuch des Aufbaumoduls International Management and Marketing I: Marketing Instruments empfohlen.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen 8.1. Aktive Teilnahme 8.2. Studienleistung(en) Keine. 8.3. Modulprüfung Schriftliche Modulprüfung 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.			

Aufbaumodul International Management and Marketing VII: Marktforschung				
Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4240	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	Marketing VII: Marktforschung (03.996.4240) Vorlesung (P)	4 SWS/42 h	138 h	6 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen <ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von Fertigkeiten zur Unterscheidung verschiedener Arten von Marktforschungsstudien anhand ihrer Eigenschaften • Vermittlung von Kenntnissen, die zur Planung des Ablaufs einer Marktforschungsaktivität befähigen • Unterscheidung unterschiedlicher Datenerhebungsverfahren • Vermittlung von Wissen bezüglich der Bedeutung von Stichproben, Variablen, Skalen und Gütekriterien • Vermittlung Anwendungskennnissen von Regressions-, Conjoint- und Faktorenanalysen sowie Multidimensionaler Skalierung 			
4.	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Arten und Methoden der Datenerhebung • Variablen und Skalierungsmethoden sowie Konstrukte und Gütekriterien für Messdaten • Einführung in die multivariaten Verfahren • Regressionsanalyse, Conjoint-Analyse und Multidimensionale Skalierung 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. Wirtschaftspädagogik.			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme Keine.			
7.	Zugangsvoraussetzung(en) Keine.			
8.	Leistungsüberprüfungen <p>8.1. <i>Aktive Teilnahme</i></p> <p>8.2. <i>Studienleistung(en)</i> Keine.</p> <p>8.3. <i>Modulprüfung</i> Schriftliche Modulprüfungen in Form einer Klausur (60 min).</p>			
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. Oliver Heil (Ph.D.)			
12.	Sonstige Informationen Unterrichtssprache: Deutsch Empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none"> • Berekoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2009). <i>Marktforschung</i> (19. Aufl.). Wiesbaden: Gabler • Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W. & Weiber, R. (2010). <i>Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung</i> (13. Aufl.). Berlin, Heidelberg: Springer • Nieschlag, R., Diichtl, E. & Hörschgen, H. (2002). <i>Marketing</i> (19. Aufl.). Berlin: Duncker & Humblot. 			

Aufbaumodul International Management and Marketing VIII: Marketing in Theorie und Praxis

Modul-Kennnummer (JOGU-StINe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4220	180 h	1 Semester	2. und 3. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Marketing VIII: Marketing in Theorie und Praxis I (03.996.4220) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
	b) Marketing IX: Marketing in Theorie und Praxis II (03.996.4230) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	69 h	3 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	Die erfolgreiche Teilnahme an diesem Modul befähigt die Studierenden wissenschaftliche Theorie mit unternehmerischer Praxis zu verknüpfen. In den Theorievorträgen erlangen die Studierenden Zugang zu neusten (methodischen) Erkenntnissen. Durch die Praxisvorträge aus dem Unternehmensalltag können die Studierenden einschätzen, inwieweit Lösungsansätze aus der Theorie in die Praxis transferiert werden können und welche Anpassungen bei diesem Transfer vorzunehmen sind. Darüber hinaus nehmen die Studierenden an der Diskussion an der Schnittstelle zwischen Theorie und Praxis aktiv teil.			
4.	Inhalte			
	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale Referenten aus Forschung und Wirtschaft verschiedener Branchen und Industrien • Fallstudien • Aktuelle Entwicklungen aus der Marketingwissenschaft (z.B. Internet, Videoanalysen, Service) • Grundlagen des Change Managements • Grundlagen des Luxusmarketings • Grundlagen der Preissetzung • Aktuelle Forschung zum Luxusmarketing • Aktuelle Forschung zur Preissetzung 			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	Als Wahlpflichtmodul im allgemeinen und 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. 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			
	Modulteilprüfungen in Form von Klausuren (60 min).			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote			
	6 von 120 Leistungspunkten			
10.	Häufigkeit des Angebots			
	Marketing in Theorie und Praxis I und II im Wintersemester.			
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			
	Prof. Dr. Oliver Heil.			
12.	Sonstige Informationen			

Unterrichtssprache: Deutsch und Englisch

Marketing in Theorie und Praxis I und Marketing in Theorie und Praxis II werden jedes Wintersemester angeboten. Anstatt einer Kombination aus der beiden Veranstaltungen in einem Semester, ist es möglich die Veranstaltungen in verschiedenen Wintersemestern zu besuchen.

Aufbaumodul The Fabrics of Dreams – Cultural Creation, Consumer Trends, and Social Media

Modul-Kennnummer (JOGU-StI/Ne)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.996.4xxx	180 h	1 Semester	2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	The Fabrics of Dreams – from Trends in Popular Culture to Consumer Resarch (03.996.4xxxx)			
	a) Vorlesung (P)	2 SWS/21 h	99 h	4 LP
	c) Übung (P)	1 SWS/10,5 h	49,5 h	2 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen.			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>Learn to know new perspectives on cultural and consumption-related trends Understand the conditions under which cultural trends and consumer trends emerge (and fade) Receive insights into the psychological mechanisms of consumer “dreams” Discuss creative experiences and the developments of trends with actors from popular culture 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. This course is relevant for students interested in arts, media, marketing, psychology, and sociology.</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	<p>Als Wahlpflichtmodul im Spezialisierungsteil und 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. Wirtschaftspädagogik. Als Wahlpflichtmodul im M. Sc. Psychologie.</p>			
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
	Interaktive Gruppenarbeit mit sozialen Medien, in der Themeninhalte des Kurses durch Studierende selbständig reflektiert und in den sozialen Medienkontext (Blogs) gebracht werden (20% Notengewichtung) und Schriftliche Modulprüfung in Form einer Klausur (60 min) (80% Notengewichtung).
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. Oliver Emrich.
12.	Sonstige Informationen
	Unterrichtssprache: Englisch.
	Empfohlene Literatur: Excerpts from books and scientific articles which will be announced for each chapter of the lecture

vi. Tutoriumsmodul

Modul: Tutorium					
Kennnummer: M.03.996.****		work load 180 h	Kreditpunkte 6 LP	Studiensemester 2. oder 3. Semester	Dauer 1 Semester
1.	Lehrveranstaltungen Wahl von einem der folgenden Tutorien: a) Einführung in die VWL (WiSe) b) Mikroökonomie (SoSe) c) Makroökonomie (WiSe) d) Empirische Wirtschaftsforschung (SoSe) e) Absatzwirtschaft (WiSe) f) Externes Rechnungswesen (SoSe) g) Operations Management (WiSe) h) Internes Rechnungswesen (WiSe) i) Finanzwirtschaft (SoSe) j) Unternehmensführung (SoSe) k) EDV (WiSe) l) Mathematik (WiSe) m) Statistik I (SoSe) n) Statistik II (WiSe) o) Einführung in die Wirtschaftspädagogik (WiSe) p) Lektürekurs (SoSe) q) Lehr-Lern-Forschung I (WiSe, SoSe) r) Weitere wirtschaftspädagogische Veranstaltungen	Kontaktzeit 4 SWS/42 h	Selbststudium 138 h	Kreditpunkte 6 LP	
2.	Lehrformen Selbständige Durchführung eines Tutoriums				
3.	Gruppengröße Die Anzahl der zur Verfügung stehenden Plätze variiert jedes Semester. In der Regel 3 bis 12 Plätze pro Fach.				
4.	Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • sind in der Lage, mithilfe von Lösungsblätter eine wöchentliche Übungsgruppe zu Basisthemen der Wirtschaftswissenschaften zu leiten. • können typische Fragen zu den Übungsaufgaben selbständig beantworten. • können nach Rücksprache mit ihrem Betreuer weiterführende Fragen der Studierenden beantworten. • treten selbstsicher vor einer Gruppe auf. 				
5.	Inhalte Die/der Studierende führt selbständig ein wöchentliches Tutorium von 4 SWS durch. Die Übungsblätter und dazugehörigen Lösungen erhalten die/der Studierenden vom jeweiligen Lehrstuhl. Die Gruppengröße beträgt ca. 5 bis 60 Studierende.				
6.	Verwendbarkeit des Moduls B.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik				
7.	Teilnahmevoraussetzungen Gute Kenntnisse im jeweiligen Fachgebiet. Bewerbung und Auswahl erfolgt am jeweiligen Lehrstuhl.				
8.	Prüfungsformen Lehrprobe				
9.	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Regelmäßige Teilnahme, Bestehen der unangekündigten Lehrprobe, gegebenenfalls Assistenz bei der Klausurenkorrektur				
10.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 120 Leistungspunkten				

d. Wahlpflichtmodul aus dem Bereich internationale Ausrichtung und volkswirtschaftliche Vertiefung

Es ist ein Modul zu wählen.

Modul: Mikroökonomie II					
Kennnummer		work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.184.4105		180 h	6 LP	5./6. Semester	1 Semester
1.	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Kreditpunkte
	a) Vorlesung Mikroökonomie II Kennnummer: M.03.184.4105		2 SWS/21 h	99 h	4 LP
	b) Übung Mikroökonomie II (Übung) Kennnummer: M.03.184.4106		1 SWS/10,5 h	49,5 h	2 LP
2.	Lehrformen Vorlesung und Übung				
3.	Gruppengröße - Vorlesung: unbegrenzt - Übung: alle Modulteilnehmer				
4.	Lernergebnisse/Kompetenzen Die Lernenden sollen in der Lage sein [...] - Allokationen von Gütern bezüglich ihrer Wohlfahrtswirkung zu diskutieren, - die Phänomene adverse Selektion und Moral Hazard nachzuvollziehen und in neuen Situationen zu erkennen, - die Auswirkungen von asymmetrischer Information auf Marktgleichgewichte und die Wohlfahrt zu analysieren und - Analysen anhand von mikroökonomischen Modellen zu verstehen.				
5.	Inhalte Zunächst wird anhand der allgemeinen Gleichgewichtstheorie hergeleitet, dass die Organisation von wirtschaftlichen Interaktionen durch Märkte unter bestimmten Bedingungen zu effizienten Allokationen führt. Im Anschluss werden Situationen betrachtet, in denen dieses Ergebnis aufgrund von Marktversagen zusammenbricht. Hierbei werden vor allem Fälle analysiert, in denen wichtige Informationen (z.B. über die Qualität von Gütern oder das Verhalten von Arbeitnehmern) asymmetrisch zwischen den Marktteilnehmern verteilt sind.				
6.	Verwendbarkeit des Moduls - B.Sc. Wirtschaftswissenschaften, B.Sc. Wirtschaftspädagogik, B.A. Wirtschaftswissenschaften und M.A. Wirtschaftspädagogik - Nebenfach: M.Sc. Mathematik und M.Sc. Physik				

7.	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keine - Empfohlene Module: Mikroökonomie I und Mathematik
8.	<p>Prüfungsformen</p> <p>Klausur (60min)</p>
9.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestehen der Modulabschlussprüfung</p>
10.	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>6 von 180 Leistungspunkten im Studiengang „B.Sc. Wirtschaftswissenschaften“ bzw. „B.A. Wirtschaftswissenschaften“</p>
11.	<p>Häufigkeit des Angebots</p> <p>Wintersemester</p>
12.	<p>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende</p> <p>JProf. Dr. Wondratschek</p>
13.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Empfohlene Literatur: Varian, H. R., Grundzüge der Mikroökonomik, 8. Auflage, München, 2009 sowie Artikel aus Fachzeitschriften.</p>

Modul: Makroökonomie II				
Kennnummer	work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.184.4110	180 h	6 LP	5./6. Semester	1 Semester
1.	Lehrveranstaltungen a) Vorlesung Makroökonomie II Kennnummer: M.03.184.4110 b) Übungen Makroökonomie II (Übung) Kennnummer: M.03.184.4111	Kontaktzeit 2 SWS/ 21 h 1 SWS/ 10,5 h	Selbststudium 99 h 49,5 h	Kreditpunkte 4 LP 2 LP
2.	Lehrformen Vorlesung und Übung			
3.	Gruppengröße - Vorlesung: unbegrenzt - Übung: alle Modulteilnehmer			
4.	Lernergebnisse/Kompetenzen Die Studierenden sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen in der Lage sein, [...] <ul style="list-style-type: none"> - fortgeschrittene makroökonomische Methoden zu beherrschen, - mit Hilfe dieser Methoden makroökonomische Interdependenzen zu identifizieren, - grundlegende intertemporale Gleichgewichtsmodelle anwenden zu können und - fortgeschrittene Lösungsalternativen für aktuelle makroökonomische Fragestellungen diskutieren zu können. 			
5.	Inhalte Die Veranstaltung bietet eine Einführung in mikroökonomisch fundierte, intertemporale Gleichgewichtsmodelle. Es wird Wert auf verhaltensökonomische Sichtweisen von Entscheidungsprozessen gelegt. Varianten dieser Modelle werden zur Analyse ausgewählter Fragen aus den Gebieten der Konjunktur- und Wachstumstheorie herangezogen.			
6.	Verwendbarkeit des Moduls <ul style="list-style-type: none"> - B.Sc. Wirtschaftswissenschaften, B.A. Wirtschaftswissenschaften und B.Sc. Wirtschaftspädagogik, - Nebenfach: M.Sc. Mathematik und M.Sc. Physik 			
7.	Teilnahmevoraussetzungen <ul style="list-style-type: none"> - Gute Englischkenntnisse: Veranstaltung wird auf Englisch angeboten. - Empfohlene Module: Mikroökonomie I, Mathematische Methoden und Makroökonomie I 			
8.	Prüfungsformen Klausur (60min)			
9.	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung			
10.	Stellenwert der Note in der Endnote 6 von 180 Leistungspunkten im Studiengang „B.Sc. Wirtschaftswissenschaften“ bzw. „B.A. Wirtschaftswissenschaften“			

11.	Häufigkeit des Angebots Sommersemester
12.	Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Klaus Wälde
13.	Sonstige Informationen Empfohlene Literatur: <ul style="list-style-type: none">- Romer, D., Advanced Macroeconomics, 3rd edition, McGraw-Hill, 2006.- Wälde, K., 2016, Current Emotion Research in Economics, www.waelde.com/pub

Wirtschaftsenglisch				
Kennnummer	work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.181.565	180 h	6 LP	3. Sem.	1-3 Sem.
1.	Lehrveranstaltungen Seminar: Wirtschaftsenglisch (Pflicht) Übung: Wirtschaftsenglisch (Pflicht)	Kontaktzeit 2 SWS/21 h 2 SWS/21 h	Selbststudium 99 39	Kreditpunkte 4 LP 2 LP
2.	Lehrformen Seminar, Übung			
3.	Gruppengröße Das Seminar und die Übung sind auf 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer begrenzt, um im Rahmen von Kleingruppen eine intensive Betreuung zu gewährleisten.			
4.	Qualifikationsziele/Kompetenzen Entwicklung spezieller Sprachkenntnisse und -fähigkeiten mit einem besonderem Bezug zum Wirtschaftsenglisch.			
5.	Inhalte Grundlagen des Business English anhand wechselnder inhaltlicher Bezüge			
6.	Verwendbarkeit des Moduls M. Sc. Wirtschaftspädagogik			
7.	Teilnahmevoraussetzungen Basiskenntnisse in der englischen Sprache in Wort und Schrift.			
8.	Prüfungsformen Seminar und Übung: Referat und schriftliche Ausarbeitung			
9.	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestehen der Teilprüfungen. Modulnote = gewichtetes arithmetisches Mittel der Teilnoten			
10.	Stellenwert der Note in der Endnote $6/120 = 5 \%$			
11.	Häufigkeit des Angebots Seminar Wirtschaftsenglisch: WiSe Übung Wirtschaftsenglisch: WiSe			
12.	Modulbeauftragte/Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Olga Zlatkin-Troitschanskaia und Lehrbeauftragte des Fachbereichs			
13.	Sonstige Informationen			

2. Wirtschaftspädagogik

Es sind alle Module zu absolvieren.

Modul: Berufs- und Wirtschaftspädagogik II				
Modul-Kennnummer (JOGU-StlNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.181.201	180 h	1-2 Semester	1./2. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Vorlesung Personalarbeit im Betrieb (WP)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	b) Vorlesung Kaufmännische Berufsbildung (WP)	2 SWS/21 h	39 h	2 LP
	c) Übung Wirtschaftspädagogische Lehr-Lern-Forschung II (P)	2 SWS/21 h	99 h	4 LP
2.	Gruppengrößen			
	Siehe Erläuterungen			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen			
	<p>Fachkompetenz: Die Studierenden lernen weiterführende wirtschaftspädagogische Ansätze, Theorien und Arbeitsfelder kennen und erwerben fortgeschrittene spezifisch wirtschaftspädagogische Methodenkenntnisse.</p> <p>Methodenkompetenz: Die Studierenden erlernen fortgeschrittene wirtschaftspädagogische Herangehensweisen an anwendungsbezogene und forschungsbezogene Fragestellungen. Ihre Skills zur Analyse und zum Verfassen wirtschaftspädagogischer Texte werden weiterentwickelt.</p> <p>Soziale Kompetenz: Die Studierenden erwerben fortgeschrittene Kenntnisse und Fertigkeiten der Kooperation und Kommunikation in gemeinsamen projektbezogenen (Forschungsprojekte, betriebliche Projekte) Tätigkeiten. Dabei entwickeln Sie Ihre Kompetenz zur Übernahme von Leitungsfunktionen in Arbeitsgruppen fort.</p> <p>Selbst- bzw. Personalkompetenz: Die Studierenden entwickeln ihre Bereitschaft zu eigenständigem und verantwortlichen Handeln und dessen Reflexion weiter.</p>			
4.	Inhalte			
	<p>Paradigmen, Theorien und empirische Befunde aus der Berufsbildungs-, Lehr-Lern-Forschung sowie Personal- und Organisationsforschung und deren grundlegende psychologischen Theorien und Erkenntnisse wie z. B. aus der Kognitions-, Motivations- und Interessenforschung, die für Lernen und Arbeiten in Betrieb besonders relevant sind; Bearbeitung von Fallstudien, inkl. Fragen aus der Wirtschafts-, Arbeits- und Organisationspsychologie; Einbezug innovativer, projektorientierter Veranstaltungsformen mit Forschungsausrichtung der beiden Lehrstühle; praktische Bearbeitung zentraler Forschungsproblematiken anhand der Forschungsprozessphasen realer Projekte wie aus der Ausbildungspraxis .</p>			
5.	Verwendbarkeit des Moduls			
	M.Sc. Wirtschaftspädagogik, M.Ed. Wirtschaftspädagogik			
6.	Empfohlene Voraussetzung(en) für die Teilnahme			
	Keine			
7.	Zugangsvoraussetzung(en)			
	Keine			
8.	Leistungsüberprüfungen			
	8.1. Aktive Teilnahme			
	In a) oder b)			
	8.2. Studienleistung(en)			
	Keine			
	8.3. Modulprüfung			
	Projektbericht oder Klausur oder schriftliche Ausarbeitung zu c)			
9.	Stellenwert der Note in der Endnote bei Ein-Fach-Studiengängen bzw. Fachnote bei Mehr-Fächer-Studiengängen			
	6/120 = 5 %			
	Häufigkeit des Angebots			

Modul: Berufs- und Wirtschaftspädagogik II	
10.	Vorlesung Personalarbeit im Betrieb: Wintersemester Vorlesung Kaufmännische Berufsbildung: Sommersemester Übung Wirtschaftspädagogische Lehr-Lern-Forschung: Winter- und Sommersemester
11.	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Olga Zlatkin-Troitschanskaia und Prof. Dr. Christian Dormann
12.	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen können den Angaben in JOGU-StI Ne entnommen werden.

Modul 2.02: Unterweisungs- und unterrichtspraktische Studien II				
Kennnummer	work load	Kreditpunkte	Studiensemester	Dauer
M.03.181.202	360 h	12 LP	2./3. Sem.	1 Sem.
1.	Lehrveranstaltungen Praktikum (Pflicht) Seminar: Traditionelle und komplexe Lehr-Lern-Arrangements (Wahlpflicht) Seminar: Erfahrungen und Handlungsalternativen im Betriebspraktikum (Wahlpflicht)	Kontaktzeit 180 h 2 SWS/21 h 2 SWS/21 h	Selbststudium 60 h 99 h 99 h	Kreditpunkte 8 LP 4 LP 4 LP
2.	Lehrformen Seminar, Praktikum			
3.	Gruppengröße Das Seminar ist begrenzt auf 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer, um eine intensive Kleingruppenbetreuung zu gewährleisten.			
4.	Qualifikationsziele/Kompetenzen Theoretisch fundierte Begleitung des Praktikums; basale fachdidaktisch-methodische Kompetenzen zur selbständigen Planung, Durchführung und Analyse/Evaluation von Unterweisungseinheiten in der betrieblichen Ausbildung; Einführung in aktuelle innovative Prozesse im außerschulischen Bereich.			
5.	Inhalte Vermittlung einer basalen Unterweisungs- und Methodenkompetenz, insbes. Einführung in den Umgang mit Curricula sowie traditionellen und komplexen Lehr-Lern-Arrangements für betriebliche Unterweisungseinheiten, situations- und adressaten- bzw. anforderungsgerechter Einsatz unterschiedlicher Unterweisungsmethoden (handlungsorientierte Unterweisungsgestaltung, Aufgabenformen, mediale Präsentationsformen ggf. anhand von Unternehmenssoftware und Lehr-Lern-Materialien); Vermittlung und Förderung von Problemlöse- und Arbeitsstrategien sowie Methodenkompetenz zur problemorientierten Ausrichtung von Lernprozessen (z. B. durch Lernbüroarbeit, e-learning) als notwendige Voraussetzung selbstgesteuerter Lernprozesse und lebenslangen Lernens; Angeleitete und betreute Unterweisungserfahrungen in außerschulischen Institutionen der beruflichen Bildung (z. B. in Kammern, Ausbildungsabteilungen, privaten Trägern, Volkshochschulen und Orientierung an innovativen berufsbildungstheoretischen und -praktischen Fragestellungen; Orientierung an innovativen berufsbildungstheoretischen und -praktischen Fragestellungen;			
6.	Verwendbarkeit des Moduls M. Sc. Wirtschaftspädagogik.			
7.	Teilnahmevoraussetzungen Das 6-wöchige Unterrichts- oder Unterweisungspraktikum muss absolviert sein bevor eine der beiden nachbereitenden Veranstaltungen besucht werden kann. Außerdem wird empfohlen das Modul 2.01 bereits absolviert zu haben.			
8.	Prüfungsformen Modulabschlussprüfung (Seminar): Praktikumsbericht einschließlich Präsentation			

9.	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Den Anforderungen entsprechender Praktikumsbericht (siehe Leitfaden). Nachweis der erfolgreichen Praktikumsteilnahme; aktive Teilnahme am Seminar sowie Bestehen der Modulabschlussprüfung.</p>
10	<p>Stellenwert der Note in der Endnote</p> <p>12/120 = 10 %</p>
11	<p>Häufigkeit des Angebots</p> <p>Beide Seminare jährlich im Wintersemester.</p>
12	<p>Modulbeauftragte/Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende</p> <p>Prof. Dr. Olga Zlatkin-Troitschanskaia, und Lehrbeauftragte des Fachbereichs</p>
13	<p>Sonstige Informationen</p> <p>In Abhängigkeit von der Art des Praktikums (Unterrichts- oder Unterweisungspraktikum) muss das anschließende Seminar gewählt werden. Wurde ein Unterweisungspraktikum absolviert, ist das erstgenannte Seminar zu wählen. Wurde ein Unterrichtspraktikum absolviert, ist das zweitgenannte Seminar zu wählen.</p>

Modul: Empirische Berufsbildungsforschung II				
Modul-Kennnummer (JOGU-StiNe)	Arbeitsaufwand (workload)	Moduldauer (laut Studienverlaufsplan)	Regelsemester (laut Studienverlaufsplan)	Leistungspunkte (LP)
M.03.181.204	180 h	1 Semester	4. Semester	6 LP
1.	Lehrveranstaltungen/Lehrformen	Kontaktzeit	Selbststudium	Leistungspunkte
	a) Seminar Aktuelle Themen empirischer Berufsbildungsforschung (WP)	2 SWS/21 h	159 h	6 LP
	b) (Äquivalentes) Seminar im Kernfach Wirtschaftswissenschaften (WP)	2 SWS/21 h	159 h	6 LP
	c) (Äquivalentes) Seminar im Schwerpunktfach (WP)	2 SWS/21 h	159 h	2 LP
2.	Gruppengrößen Siehe Erläuterungen			
3.	Qualifikationsziele/Lernergebnisse/Kompetenzen Fachkompetenz: Das Modul dient der Vorbereitung, dem Schreiben und der Begleitung der Masterarbeit. Dabei erfolgt unter anderem eine Vertiefung der kognitiven, konativen, affektiven und verhaltensbezogenen pädagogischen und psychologischen Theorien und Forschungserkenntnisse. Methodenkompetenz: fortgeschrittene wirtschaftspädagogische Herangehensweisen an forschungsbezogene Fragestellungen basierend auf die aktuellen Methoden der empirischen Bildungs- und Sozialforschung. Weiterentwicklung von Kompetenzen zur Analyse und zum Verfassen wirtschaftspädagogischer Texte. Weiterentwicklung von allgemeinen Problemlösestrategien. Fortgeschrittene Kenntnisse und Fertigkeiten beim Projektmanagement. Soziale Kompetenz: Fortgeschrittener Kenntnisse und Fertigkeiten in Bezug auf Kommunikationssituationen in projektbezogener Tätigkeit. 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 zum kontinuierlichen Lernen und zur persönlichen Weiterentwicklung.			
4.	Inhalte Systematische Verknüpfung der zentralen in der Masterphase vermittelten wirtschaftspädagogischen und fachdidaktischen Inhalte. Vermittlung der grundlegenden Analysemodelle und Methoden der empirischen Berufsbildungs- und der (fachdidaktischen) Lehr-Lern-Forschung. Die Förderung der Problemlösungs- und Methodenkompetenz erfolgt an realen Beispielen aus der empirischen Berufsbildungsforschung oder organisationaler Forschung. Entwicklung, Begleitung und Betreuung des Themas der Masterarbeit sowie Vermittlung der Kompetenzen zu Planung, Durchführung und Auswertung empirischer Forschungsvorhaben: Die Themen beziehen sich auf aktuelle Forschungsprojekte der Lehrstühle bzw. werden in in eigenen kleinen Projekten erforscht.			
5.	Verwendbarkeit des Moduls 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) - 8.3. Modulprüfung Referat und 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 Aktuelle Themen empirischer Berufsbildungsforschung: Winter- und Sommersemester (Äquivalentes) Seminar im Kernfach Wirtschaftswissenschaften: Winter- und Sommersemester (Äquivalentes) Seminar im Kernfach Wirtschaftswissenschaften: Winter- und Sommersemester			
	Modulbeauftragte oder -beauftragter sowie hauptamtlich Lehrende			

Modul: Empirische Berufsbildungsforschung II	
11.	Prof. Dr. Olga Zlatkin-Troitschanskaia, Prof. Dr. Christian Dormann
12.	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Das Seminar (Masterseminar) ist der Masterarbeit in der Regel zeitlich unmittelbar vorgelagert und thematisch mit der Masterarbeit verbunden.</p> <p>Studierende, die ihre Masterarbeit im Bereich Wirtschaftspädagogik schreiben, müssen das Seminar „Aktuelle Themen empirischer Berufsbildungsforschung“ besuchen. Studierende, die ihre Masterarbeit im Kernfach Wirtschaftswissenschaften oder im Schwerpunktfach schreiben möchten, können das Seminar „Aktuelle Themen empirischer Berufsbildungsforschung“ besuchen oder ein äquivalentes Seminar in dem Bereich, in dem sie auch ihre Masterarbeit schreiben.</p> <p>Weitere Informationen zum Masterseminar im Bereich Wirtschaftspädagogik: Die Voraussetzungen für Ihre eigene Exposé-Präsentation sind folgende: Der Besuch von mindestens vier M.Sc.- oder M.Ed.-Präsentationsterminen des Masterabschlussseminars im Laufe Ihres Masterstudiums. Ein Präsentationstermin umfasst zwei Masterabschlusspräsentationen. Durch diese Besuche ist sichergestellt, dass Sie einen Einblick in das wissenschaftliche Präsentieren und Arbeiten erlangen, um dies auch erfolgreich für Ihre eigene Präsentation einsetzen zu können. Die jeweiligen Präsentationstermine werden Ihnen zu Beginn eines jeden Semesters bekannt gegeben. Sie sind selbständig dafür verantwortlich, die Termine vor Ihrer eigenen Abschlusspräsentation zu erfüllen. Bitte beachten Sie zudem die Informationen im Leitfaden zum Masterseminar im Fach Wirtschaftspädagogik, der im Reader in der Kommunikationsplattform Wipäd bereitgestellt wird.</p> <p>Literaturempfehlungen können den Angaben in JOGU-StIne entnommen werden.</p>

3. Schwerpunktfach

Die Inhalte der einzelnen Schwerpunktfächer können dem jeweiligen Studienplan entnommen werden.