

Modulhandbuch

„International Management (M.A.)“



Dokumentinformationen

Version	4.0
Erstellt am	10.03.2025
Erstellt von	Dr. Catharina Köhler-Noack, Fakultät für Betriebswirtschaft, catharina.koehler-noack@th-rosenheim.de
Zuletzt bearbeitet	25.03.2025
Gültig ab	17.03.2025
Verantwortliche Studiengangsleitung	Bettina Schiessler, bettina.schiessler@th-rosenheim.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
1 Business Management.....	4
1.1 Sustainable Corporate Management	4
1.2 Management Simulation	6
2 International Business	9
2.1 International Strategic Management	10
2.2 Intercultural Management and Business Ethics	11
3 Data Driven Business Management & Controlling	13
3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration.....	14
3.2 Portfolio Management & Controlling	15
3.3 Process Mining	16
4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung	19
4.1 Internationales Steuerrecht.....	19
4.2 Wirtschaftsprüfung.....	20
5 Finance and Accounting.....	22
5.1 International Finance	22
5.2 International Accounting	24
6 European Economics and European Law.....	26
6.1 European Economics.....	26
6.2 European Law	29
7 Strategic Marketing Management.....	31
7.1 International Marketing Management.....	32
7.2 Strategic Marketing Projects	34
8 Change Management.....	37
8.1 Change Management	40
8.2 Change Management Case Studies	42
9 Supply Chain Management	44
9.1 Added Values and Sales Management.....	44
9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains	46
10 Innovation and Entrepreneurship.....	49
10.1 Innovation.....	49
10.2 Entrepreneurship	51
11 Mindful Leadership.....	53
11.1 Leadership.....	53
11.2 Mindful Business.....	56
12 Diversity, Equity and Inclusion.....	58
12.1 Diversity, Equity and Inclusion	58
12.2 Case Study DEI	60
13 Human Resource Management.....	61

13.1 Behavior in Organizations.....	61
13.2 Strategic Human Resource Management	62
14 International Sales Management and selected Sales Topics.....	64
14.1 International Sales Management	64
14.2 Sponsorship-linked Marketing.....	66
15 Management Consulting	67
15.1 Management Consulting	67
15.2 Management Consulting and Case Studies	69
17 SAP.....	71
17.1 Logistics Processes in SAP	71
17.2 Managing Finance Processes in SAP.....	73
18 Negotiations within an International Surrounding.....	75
18.1 Mastering Negotiation Strategies: Psychological and Tactical Approaches.....	75
18.2 Intercultural Dynamics and Applied Negotiation Practices	78
19 Project Management	82
19.1 Project Management Frameworks & Methodologies	82
19.2 Project Execution & Agile Collaboration.....	84
20 Artificial Intelligence in Business.....	85
20.1 Understanding Human-AI Collaboration: Challenges and Opportunities	85
20.2 Perspectives on AI in Business.....	87
21 Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains.....	89
21.1 Theory Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains	90
21.2 Tutorial Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains.....	91
Masterthesis.....	94

1 Business Management	
Modul-Nr./ Code	1
Modulbezeichnung	Business Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	1.1 Sustainable Corporate Management 1.2 Management Simulation
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Felix Rößle Prof. Dr. Kathrin Rößle Prof. Dr. Valentin Schiefele
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 1.1: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit Lehrveranstaltung 1.2: Schriftliche Prüfung 90 – 120 min (80 %) und studienbegleitende Studienprüfungsarbeit (20 %)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
1.1 Sustainable Corporate Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	1.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Felix Rößle
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students gain in-depth knowledge of sustainable corporate governance. In addition to ESG criteria, a particular focus is placed on financial sustainability.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students are enabled to apply methods and instrument of sustainable corporate management independently and in a targeted manner. You can routinely use modern software in the area of strategy and corporate management (e.g. Think-Cell) and gain an understanding of the end-to-end management of a company.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students are able to work on complex projects in a team and communicate their results in a concise, analytically sound and target group-specific manner (both orally and in writing).
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students are enabled to critically analyse complex scientific or application-oriented issues and to process and solve them in an analytically sound and structured manner. They sharpen their understanding of an error culture, are able to obtain targeted feedback and integrate this into their learning process.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> Sustainable corporate governance End-to-end corporate management Concepts and methods of strategy and corporate management Application of state-of-the-art software
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Fallstudien und Übungen am PC
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Exploring Strategy, Richard Whittington, Gerry Johnson, Patrick Regnér, 12th edition, Pearson
1.2 Management Simulation	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	1.2
Modulbezeichnung	Management Simulation
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich (Winter)
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Valentin Schiefele
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90 – 120 min (80 %) und studienbegleitende Studienprüfungsarbeit (20 %)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachkompetenz – Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • After completing the module, students will be familiar with the problems of internationalising companies and will be able to recognise the depth and differentiation of these problems in a realistic business game. • They will be able to classify the strategic importance of internationalisation for the company's success and will have argumentation aids for complex internationalisation measures.
<i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • You will have the ability to analyse internationalisation problems and develop solutions for internationalisation in the context of a simulation game with competing companies and management teams. • In particular, students are able to use strategy tools to optimise companies globally and align their complexity to these extended problems. • Students are familiar with tools for developing international strategies (PESTE analysis, SWOT analysis, industry structure analysis) and are able to use them to prepare and design specific internationalisation processes.

	<ul style="list-style-type: none"> • In the context of internationalisation, they can rationally and responsibly formulate business goals and strategies, generate target-oriented decisions, establish causal relationships between decisions and their consequences and develop and analyse key figures.
<p>c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Students have experience in interdisciplinary and networked thinking in all main entrepreneurial tasks and can conduct cross-functional discussions. • They are able to work together in a team, justify solutions to team members and defend them against criticism in plenary sessions. • Students are aware of the importance of emotionally supportive behaviour in team situations. • They are able to formulate and pursue entrepreneurial goals as a group, communicate in a team (listening, tolerance, activation) and develop the ideas of others.
<p>d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • After completing the module, students will be familiar with the problems of internationalising companies and will be able to recognise the depth and differentiation of these problems in a realistic business game. • They will be able to classify the strategic importance of internationalisation for the company's success and will have argumentation aids for complex internationalisation measures.
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<p>In the business management game, the internationalisation process of companies is realistically modelled in a competitive environment.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The participants in the business game take over the management of a company and experience typical conflicts of objectives in corporate management at first hand 2. You will learn how to use business management methods and information tools and how to deal with uncertainty when making decisions as part of the internationalisation strategy. 3. They make decisions in a team - often under time pressure. The simulation game offers a high degree of learning transfer through hands-on experience, which the participants can put into practice in their company.

Lehr- und Lernmethoden	<p>Unternehmensplanspiel: Die Teilnehmer bilden konkurrierende Vorstände eines Industrieunternehmens und planen im Team die Bereiche Marketing / Vertrieb, Einkauf Produktion, Personal sowie alle Bereiche des Controlling und der Finanzierung. Dies erfolgt über einen (simulierten) Zeitraum von 4 - 6 Jahren. Ausgehend von jährlichen konjunkturellen und politischen Szenarien entwickeln die Teams Strategien und konkrete Handlungsprogramme, die operativ auf konkrete Entscheidungen und Handlungen betrieblicher Funktionsbereiche heruntergebrochen und umgesetzt werden müssen.</p> <p>Lehreinheiten und ergänzende Gruppenprojekte zur PESTE und SWOT-Analyse und zum Marketing unterstützen die Teilnehmer bei der Entscheidungsfindung. Die Inhalte können unmittelbar in der Simulation Anwendung finden und deren Konsequenzen nachvollzogen werden.</p> <p>Umfangreiche betriebswirtschaftliche Auswertungen der jährlichen Ergebnisse komplettieren den engen Praxisbezug.</p>
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente des Learning Campus
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Teilnehmerhandbuch

2 International Business	
Modul-Nr./ Code	2
Modulbezeichnung	International Business
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	1.1 International Strategic Management 2.2 Intercultural Management and Business Ethics
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich (ggf. geteilt WS und SS)
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Das Modul richtet sich auch an Studierende artverwandte Studiengänge bzw. Management in der Gesundheitswirtschaft oder Wirtschaftsinformatik soweit Sprachkompetenz im Rahmen eines Grundstudiums vermittelt werden soll.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Carolin Fleischmann
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	written exam and project work
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele</i>	After completing the module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • thoroughly explain the complexities of multinational organizations. • plan and develop activities of multinational organizations. • assess frameworks and strategies of internationalization in selected companies.
b) <i>Überfachliche Qualifikationsziele</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • discover and reflect on cultural systems. • communicate effectively in an international business setting. • critically think about challenges in international business, and to develop and implement adequat

	strategies and actions.
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge, praxisrelevante Fragestellungen und Case Studies
Literatur	Siehe Teilmodule
2.1 International Strategic Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	2.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Sommersemester
Zugangsvoraussetzung	Bachelor-Abschluss
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Carolin Fleischmann Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit, Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachliche Qualifikationsziele</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> analyze and assess the economic context of multinational organizations. decide on strategies for multinational organizations. use complex methods to manage the value chain. assess strategic management tools for quality and cost and use them critically. choose and apply suitable methods and processes for each industry and task.
<i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> recognize cultural behaviors in international business. apply the basic rules of intercultural communication transfer theories and frameworks to different business context and arrive at research-backed decisions.

Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. International Management: Frameworks, Strategies, Challenges 2. Strategic Management: Internationalization and Globalization 3. Holistic process model of internationalization 4. Process design including technical, organizational, business, and legal aspects. 5. Methods and tools for optimizing the international value chain 6. International financial and currency management 7. Case studies in International Management
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Fallstudien, Praxisprojekt, Exkursionen
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Praxisprojekt
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Hill, C., Hult, G. T. (2020): International Business. Competing in the Global Marketplace, 13e, McGrawHill • PENG, M. (2014): Global Strategic Management, 3e, South-Western Cengage. • Cases and articles assigned in class

2.2 Intercultural Management and Business Ethics

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	2.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Carolin Fleischmann M.A. Julia Drexler
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit und Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachliche Qualifikationsziele</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • apply their knowledge about culture, communication, and management in multinational business settings. • understand diversity and its implications in multinational organizations. • create an inclusive organizational culture that integrates stakeholders from different backgrounds in a goal-oriented way • understand cultural characteristics and act accordingly in cross-cultural interaction • assess the ethical behavior of multinational organizations. • deal with the fundamentals and current questions and problems in the field of business ethics and explain and critically comment on them, taking into account the course content and the upcoming acute decisions
<i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • think critically and analyze their behaviors. • communicate in an emotionally intelligent way • collaborate effectively in global virtual teams • become aware of their own values, reflect on them in the context of economic activity, derive actions from them and recognize and avoid misconduct control their learning process by reviewing and discussing the case studies.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Culture: terminology, definitions, elements 2. Language in multinational organizations 3. Global and virtual team collaboration 4. Cross-cultural comparative management: cultural dimension frameworks 5. Culture, identity, and power 6. Ethics and Business Ethics 7. Intercultural training 8. Case studies
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Training, Rollenspiele, Projektarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge, praxisrelevante Fragestellungen und Case Studies
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Meyer, E.: The Culture Map: Decoding How People Think, Lead, and Get Things Done Across Cultures, 2016. (2) • Mahadevan, J.: A Very Short, Fairly Interesting and Reasonably Cheap Book About Cross-Cultural Management, 2017. • Cases and articles assigned in class

3 Data Driven Business Management & Controlling	
Modul-Nr./ Code	3
Modulbezeichnung	Data Driven Business Management & Controlling
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration 3.2 Portfolio Management & Controlling 3.3 Process Mining
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Dieses Fach legt mit seiner grundlegend daten-orientierten Ausrichtung eine integrierende fachliche Klammer um alle Masterfächer. Damit sind die Inhalte dieses Fachs grundsätzlich für das gesamte Masterstudium relevant.
Modulverantwortung	Prof. Dr. Kathrin Rößle
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 3.1: Prüfungsstudienarbeit (40% der Leistungspunkte) Lehrveranstaltung 3.2: Schriftliche Prüfung und/oder Prüfungsstudienarbeit (40% der Leistungspunkte) Lehrveranstaltung 3.3: Schriftliche Prüfung (20% der Leistungspunkte)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule

3.1 Working with Data: Research Methods in Business Administration	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	3
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit zur Überprüfung der Anwendungs- und Transferleistungen (insbesondere fallbezogen)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	40%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachliche Qualifikationsziele</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • use statistical methodology in terms of good scientific practice • analyse and evaluate • understand and interpret quantitative data • conduct a number of uni- and multivariate statistical analyses
<i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • present and discuss empirical data • overcome statistical misconceptions • apply critical & analytical thinking • apply sharpened scientific communication skills
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empirical Research foundations 2. Hypothesis Testing 3. Interpretation of Parameters 4. Uni- and multivariate methods 5. Factor analysis (exploratory) 6. Linear Regression
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style (Seminaristischer Unterricht), case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Exercise research project including work with SPSS (statistics software)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Roni, S.J., Djajadikerta, H.G. (2022) Data Analysis with SPSS for Survey-based Research, Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag. • Bortz, J., Döring, Nicola (2006). Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, 4. Edition, Berlin, Heidelberg, New York: Springer-Verlag. • Bühl, A. (2018). SPSS 16. Einführung in die moderne Datenanalyse ab SPSS 25. München: Pearson Studium. • Bühner, M. (2010). Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion. München: Pearson Studium
3.2 Portfolio Management & Controlling	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Kathrin Röble
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	4
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	120 h Gesamt-Workload, davon 48 h Präsenzzeit und 72 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	3
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und/oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	40%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students gain in-depth knowledge of portfolio management (e.g. data-driven optimisation of the product portfolio) and controlling.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> A particular focus is on strategic decision-making through data analysis and advanced analytics. Students are able to apply methods and instruments independently and purposefully. You will be able to work routinely with state-of-the-art software in the area of portfolio management & controlling.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students are able to work on complex topics in a team and communicate solutions in a concise, analytically sound and target group-specific manner (both orally and in writing).
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students are enabled to critically analyse complex scientific or application-oriented issues and to process and solve them in an analytically sound and structured manner. They sharpen their understanding of an error culture, are able to obtain targeted feedback and integrate this into their learning process.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> Controlling Portfolio Management Concepts and methods of data analytics Application of state-of-the-art software
Lehr- und Lernmethoden	Praxisprojekt, Fallstudie, seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	--
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Competing on analytics, Davenport / Harris, Harvard Business Press, 2017
3.3 Process Mining	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	3.3
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 3
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Heinrich Seidlmeier
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	2

Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	60 h Gesamt-Workload, davon 24 h Präsenzzeit und 36 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	2
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung (60 - 90 Min.)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	20%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students recognise and understand process mining in depth as an important competence for achieving competitive advantages. • The methodological approach required for this, based on current scientific knowledge, is clear to them.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students will be able to analyse and optimise business processes with the help of tools and in a methodologically sound manner. • They can take responsibility for smaller process mining projects. • They can also develop innovative solutions for companies.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students are aware of the particular importance of social aspects in organisational change. • They can help to break down individual barriers.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students can also independently approach and solve further problems and critically reflect on their possibilities and limitations.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Basics of process mining 2. Short student presentations on fundamental topics of process mining 3. Practical introduction to a process mining tool 4. Case study 5. Optional: Further topics of process mining
Lehr- und Lernmethoden	Übung am Rechner, Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Praktisches Arbeiten (Übungen, Aufgaben, Fallstudien) am Rechner, Gastvorträge

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Aalst van der, W. M. P., Process Mining – Data Science in Action, 2. Auflage, 2016 (Springer)• Aalst van der, W. M. P., Carmona, J. (Eds.), Process Mining Handbook, 2022 (Springer)• Dumas, M. et. al., Fundamentals of Business Process Management, 2nd edition, 2018 (Springer)*• Ferreira, D. R., A Primer on Process Mining, 2nd edition, 2020 (Springer)*• IEEE Task Force on Process Mining, Process Mining Manifesto, https://www.pads.rwth-aachen.de/cms/PADS/Forschung/Ressourcen/~qlum/Process-Mining-Manifest/lidx/1/• Reinkemeyer, L. (Ed.), Process Mining in Action, 2020 (Springer)
---------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung	
Modul-Nr./ Code	4
Modulbezeichnung	Internationales Steuerrecht und Wirtschaftsprüfung
Semester oder Trimester	Sommersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	Internationales Steuerrecht 4.2 Wirtschaftsprüfung
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stephan List und Dr. Andreas Schwarz
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephan List und Dr. Andreas Schwarz
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienarbeit über alle Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.
Literatur	Siehe Teilmodule
4.1 Internationales Steuerrecht	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich

Zugangsvoraussetzungen	keine
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan List
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Besteuerung grenzüberschreitender Sachverhalte und können damit Steuerkonzepte entwickeln.
b) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> Ziele des internationalen Steuerrechts Maßnahmen zur Vermeidung internationaler Doppelbesteuerung – Analyse der Doppelbesteuerungsabkommen Besteuerung inländischer Unternehmen bei Aktivitäten im Ausland Besteuerung ausländischer Unternehmen mit Inländischen Aktivitäten
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Wilke, Kay-Michael: Lehrbuch Internationales Steuerrecht, 15. Auflage, NWB Verlag Herne 2020, ISBN 978-3-482-63965-4- 6 Wilke (Hrsg.): Fallsammlung Internationales Steuerrecht, 14. Auflage, NWB-Verlag Herne 2021, ISBN: 978-3-482-65914-0
4.2 Wirtschaftsprüfung	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	4.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 4

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	keine
Name des Hochschullehrers	Dr. Andreas Schwarz
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden werden die notwendigen theoretischen Kenntnisse und das fachspezifischen Wissen über die Rechnungslegung und Prüfung von Konzernen beherrschen, um Aufgabenstellungen selbständig bearbeiten und präsentieren zu können.
b) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Durch Erarbeitung der Konzepte im Team werden die Diskussionsfähigkeit und Argumentationsfähigkeit gestärkt sowie Teamorientierung gelebt.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Orientierung an der aktuellen WPO für das Wirtschaftsprüferexamen
Lehr- und Lernmethoden	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Gastvorträge von Steuerberatern/Wirtschaftsprüfern zu praxisrelevanten Themen der Prüfung
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): WP-Handbuch 2020, Wirtschaftsprüfung und Rechnungslegung, 17. Auflage, Düsseldorf 2020, ISBN: 978-3-8021-2493-8 Institut der Wirtschaftsprüfer (Hrsg.): International Financial Reporting Standards IFRS, 14. Auflage, Düsseldorf 2021, ISBN: 978-3-8021-2519-5 IDW (Hrsg.): IDW Prüfungsstandards, IDW Stellungnahmen zur Rechnungslegung, Band I – III, IDW-Verlag, Düsseldorf

5 Finance and Accounting	
Modul-Nr./ Code	5
Modulbezeichnung	Finance and Accounting
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	5.1 International Finance 5.2 International Accounting
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bernd Hacker
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bernd Hacker Prof. Dr. Valentin Schiefele LB Kevin Wolter LB Dr. Oliver Borgards
Lehrsprache	Englisch / Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Lehrveranstaltung 5.1: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit Lehrveranstaltung 5.2: Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminarveranstaltung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	---
Literatur	Siehe Teilmodule
5.1 International Finance	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	5.1

Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 5
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Valentin Schiefele LB Dr. Oliver Borgards
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch / Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	---
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> Studierende kennen nach der Veranstaltung wesentliche Theorien im Bereich des Einsatzes, der Bewertung und Kombination von betrieblichen Finanzinstrumenten.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Studierende sind nach der Veranstaltung in der Lage, zentrale Fragestellung der Finanzwirtschaft von Unternehmen zu bearbeiten und theoriegeleitet zu lösen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> Studierende komplettieren ihre Fähigkeiten in Teamarbeit und gemeinsamer Lösung im Team.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Studierende schärfen ihre analytischen Fähigkeiten und üben sich im strukturierten Erarbeiten von theoriegeleiteten Lösungen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> Einsatz und Bewertung von Fremdkapital Einsatz und Bewertung von Eigenkapital Kapitalstrukturtheorie Portfoliotheorie
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	---

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Perridon / Steiner / Rathgeber, Finanzwirtschaft der Unternehmung • Kruschwitz / Husmann, Finanzierung und Investition • Brealey / Myers / Allen, Principles of corporate finance • Copeland / Weston / Shastri, Financial theory and corporate policy
5.2 International Accounting	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	5.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 5
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bernd Hacker LB Kevin Wolter
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch / Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen nach der Veranstaltung wesentliche Regelungen, Institutionen und Analysemöglichkeiten im Bereich der internationalen Rechnungslegung.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind nach der Veranstaltung in der Lage, zentrale Fragestellung der internationalen Rechnungslegung und der Bilanzanalyse zu bearbeiten und anwendungsorientiert zu lösen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende komplettieren ihre Fähigkeiten in Teamarbeit und gemeinsamer Lösung sowie Präsentation im Team. • Bei Exkursionen zu Unternehmen steht die Interaktion mit potenziellen Arbeitgebern im Fokus.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende schärfen ihre analytischen Fähigkeiten und üben sich im strukturierten Erarbeiten von theoriegeleiteten und anwendungsorientierten Lösungen im Bereich der internationalen

	Rechnungslegung.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organisatorische und institutionelle Grundlagen der IFRS 2. Inhalt und Anwendung der IFRS 3. Wesentliche Unterschiede zur HGB-Bilanzierung 4. Erstellung von Konzernabschlüssen mit 5. Bearbeitung komplexer IFRS-Probleme in Fallstudien 6. Analyse von IFRS Abschlüssen
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Regelmäßige Exkursionen und Gastredner Online möglich
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • International GAAP 2021 by EY (2021) ebook • Financial Statements – International Accounting (IFRS) by Carsten Berkau (7th edition, 2022) ebook • International Financial Reporting Standards (IFRS): An Introduction by Ruth Picker, Ken J. Leo, and Janice Loftus (third edition, 2021) • Comparative International Accounting by Christopher Nobes and Robert Parker (13th edition, 2019) • Global Financial Accounting and Reporting: Principles and Analysis by Peter Walton and Walter Aerts (fourth edition, 2019)

6 European Economics and European Law	
Modul-Nr./ Code	6
Modulbezeichnung	European Economics and European Law
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	Ein Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	6.1 European Economics 6.2 European Law
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	keine
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Stephan Hornig
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephan Hornig Prof. Dr. Andreas Kupsch
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
6.1 European Economics	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	6.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 6

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephan Hornig
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamtarbeitsaufwand, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students should learn to assess complex scientific interrelationships and estimate their effects in order to use them as a framework for entrepreneurial decisions in an international context. E.G: • Conceptual and historical foundations of the European Union, institutional architecture, fields of action and development perspectives, external relations • Scientific treatment of current, real macroeconomic or microeconomic crises and conflicts within Europe or with economic partner countries
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students learn to think in a complex and structured way beyond the national perspective and should develop a European awareness.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students practise leadership behaviour and team orientation as part of group work. • As the seminar language is English, students consolidate their ability to work in international teams.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students work independently on a new subject area on the basis of scientific methods and focus on a specific question as part of a seminar paper. • The students prepare and give a long (30-minute) presentation and discuss the results in plenary.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>The following topics, which are varied in line with current developments, are given as examples:</p> <p>Part I: Introduction</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analytical Tools • History and Institutions of European Economic Integration <p>Part II: Selected Common EU Policies</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • The Common Market • Competition Policy • Industrial Policy • The Common Agricultural Policy • Regional Policy • Social Policy • Environmental Policy • Transport Policy <p>Part III: Specific Trade Policies of the EU</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trade Relationships with the USA • Trade Relationships with China <p>Part IV: Migration</p> <ul style="list-style-type: none"> • Intra-EU migration • Migration into the EU via the Mediterranean Sea • Migration into the EU via Turkey/Greece • The Refugee Agreement between Turkey and the EU - Background and who Gains from it? <p>Part V: Specific Policies of the EU</p> <ul style="list-style-type: none"> • The European Green Deal - Background and Possible Effects • The Role of the European Union in Health Policy • The Role of the European Union in Defence Policy • The Future of the Schengen Agreement - Economic and Political Analysis • Economic-policy Measures against the Corona Crisis on the EU Level • The European Rule-of-Law Mechanism and Poland • The European Rule-of-Law Mechanism and Hungary • Brexit - Economic and Political Analysis • China's New Silk Road and the Implications for Europe • Advantages and Disadvantages of the EU-membership for Germany <p>Part VI: European Monetary Integration</p> <ul style="list-style-type: none"> • History of the European Monetary Integration • The European Monetary System • Costs and Benefits of a Common Currency • The European Monetary Integration and the Theory of Optimum Currency Areas • European Monetary Union: The Euro • Monetary and Fiscal Policy in a Monetary Union: The Operation of the Economic and Monetary Union (EMU)
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Seminaristischer Unterricht, Seminar</p>

Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Ständiger, aktueller Bezug von wissenschaftlicher Abstraktion und Theorien mit praxisrelevanten Fragestellungen • Gastvorträge • Einbeziehung von Professorinnen und Professoren ausländischer (in der Regel europäischer) Hochschulen • Stark interaktive Lehr- und Lernatmosphäre
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Baldwin, R., Wyplosz, C. (2019): The Economics of European Integration. 6th ed. New York: McGraw Hill. • Cini, M., Pérez-Solórzano Borragán, N. (2019): European Union Politics. 6th ed. Oxford: Oxford University Press. • De Grauwe, P. (2020): Economics of Monetary Union. 13th ed. Oxford et al.:Oxford University Press. • McCormick, J. (2020): Understanding the European Union: A Concise Introduction. 8th ed. Houndmills, New York: Palgrave Macmillan. • Molle, W.T.M. (2017): The Economics of European Integration: Theory, Practice, Policy. 5th ed. Aldershot, Burlington: Ashgate.

6.2 European Law

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	6.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 6
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Professor Dr. Andreas Kupsch
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamtarbeitsaufwand, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students are familiar with the structure and legal nature of the EU. They are familiar with the sources of European law and forms of action and have developed an in-depth understanding of legislative competences and the legislative process in the EU. Students will have acquired solid knowledge of the legal framework of the
-----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	European internal market, in particular the fundamental freedoms.
<i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students will be able to analyse economic issues with regard to their implications under European law. They will also be able to recognise and take appropriate account of the influence of European law on national law. They will be able to inform themselves independently about current developments in European law.
<i>c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students improve their ability to present complex issues in an understandable way, to defend their argumentative point of view and to respond appropriately to critical questions.
<i>d) Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Students improve their ability to reduce complex issues to their core questions that are relevant to decision-making. They are able to filter out the information relevant to their specific question from a variety of data. They learn to independently define suitable application- or research-orientated goals and master the use of common research tools.
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, Seminar
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> Ständiger, aktueller Bezug von wissenschaftlicher Abstraktion und Theorien mit praxisrelevanten Fragestellungen Gastvorträge Einbeziehung von Professorinnen und Professoren ausländischer (in der Regel europäischer) Hochschulen Stark interaktive Lehr- und Lernatmosphäre
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Herdegen: Europarecht, 27. Aufl. 2021 Hakenberg: Europarecht, 9. Aufl. 2021 Purnhagen: Europarecht, 4. Aufl. 2022 Schroeder: Grundkurs Europarecht, 7. Aufl. 2021 Davies/van Munster/Düsterhöft: Understanding European Union Law, 8. Aufl. 2022

7 Strategic Marketing Management	
Modul-Nr./ Code	7
Modulbezeichnung	Strategic Marketing Management
Semester oder Trimester	Wintersemester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	7.1 International Marketing Management 7.2 Strategic Marketing Projects
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Grundkenntnisse des Marketing
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	Keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch / Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen. <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Prüfung im Umfang von 90-120 min für die Teilleistungen 7.1 zur Überprüfung der erworbenen Kenntnisse zum Themengebiet (50% der Leistungspunkte) • Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation in der Teilleistung 7.2 zur Überprüfung der Anwendungs- und Transferleistung des erworbenen Wissens (50% der Leistungspunkte)
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden kennen und verstehen nach Abschluss des Moduls die Methoden und Besonderheiten der strategischen Marketingplanung im internationalen Management, die Möglichkeiten und Probleme der internationalen Informationsbeschaffung und verstehen die Besonderheiten des Marketing-Planungsprozess und der Instrumente des Marketingmix (insb. der Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik)sowohl in mittelständischen als auch international tätigen Unternehmen.

<p><i>b) Fachkompetenz – Fertigkeiten:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketing- und Markteintrittsstrategien in einem international tätigen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.
<p><i>c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlernen in Gruppenarbeit Führungsverhalten und Teamorientierung und erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame Lösungswege.
<p><i>d) Personale Kompetenz – Selbständigkeit</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig die Ausgangssituation von komplexen Marketing-Projekten analysieren, diese mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.
<p>Inhalte des Moduls</p>	<p>Siehe Teilmodule</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden des Moduls</p>	<p>Siehe Teilmodule</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Interaktive Verwendung der E-learning-Plattform Moodle / Learning Campus Intensive Einbindung von Unternehmensprojekten, Gastreferenten und Exkursionen
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> Siehe spezielle Literatur zu den Lehrveranstaltungen des Moduls sowie Grundlagen-Literatur zum Marketing Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis , 14. Aufl., Wiesbaden 2019. Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020 Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl. Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.
<p>7.1 International Marketing Management</p>	
<p>Nr./ Code der Lehrveranstaltung</p>	<p>7.1</p>
<p>Semester/Trimester</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)</p>	<p>Pflicht im Wahlpflichtmodul 7</p>
<p>Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung</p>	<p>Einmal jährlich</p>

Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Markus Beinert
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung von 90-120 min.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	The students... <ul style="list-style-type: none"> • know the process of international marketing planning and the special features of the international marketing mix, • understand the differences and special features between international markets, • understand alternative international market development strategies and can evaluate them
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	On completion of this module, students can: <ul style="list-style-type: none"> • Apply knowledge to specific projects and plan and implement targeted marketing and market entry strategies in a medium-sized company. • Carry out research in an international context and derive consequences for international marketing planning.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Students learn to reflect on the theoretical content through group work and interactive exercises. The students' discussion skills are strengthened by means of task discussions and case studies.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Through case studies and group work, participants learn to apply their theoretical knowledge to specific tasks in companies and to develop their own solutions to problems. The ability to organise themselves is strengthened through inverted classrooms - i.e. tasks in home preparation and follow-up work.

<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<p>Part A: International Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to International Marketing 2. Strategic planning in international marketing <ol style="list-style-type: none"> a) Planning process in international marketing b) Information bases in internat. marketing c) Market selection and selection d) Market entry strategies e) Basic marketing strategies 3. Operational planning of the international marketing mix <ol style="list-style-type: none"> a) Product policy and brand management b) Price and conditions policy c) Communication policy d) Distribution policy 4. Special features of international market research 5. Practice-orientated case studies
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung der Inhalte in kurzen thematischen Einheiten mit Übungsaufgaben und Referaten • Inverted Classroom – häusliche Erarbeitung der theoretischen Inhalte und Diskussion bzw. Anwendung im Unterricht • Fallstudien zur Vertiefung in der häuslichen Vor- bzw. Nachbereitung
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<p>Gastreferenten, Fallstudien und praktische Beispiele</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Backhaus, K./ Büschken, J./ Voeth, M.: Internationales Marketing, 6. Aufl., Stuttgart 2010 • Berndt, R., Fantapié Altobelli, C., Sander, M.: Internationales Marketing-Management, 5. Aufl., Berlin, Heidelberg, New York 2016. • Hollensen, S.: Global Marketing, A Decision-oriented Approach, 7th ed., Pearson 2016. • Meffert, H./ Burmann, Chr./ Becker, Chr. : Internationales Marketing-Management, 4. Auflage, Wiesbaden 2010. • Zentes, J./ Swoboda, B./ Schramm-Klein, H.: Internationales Marketing, 3. Aufl., München 2013.
<p>7.2 Strategic Marketing Projects</p>	
<p>Nr./ Code der Lehrveranstaltung</p>	<p>7.2</p>
<p>Semester/Trimester</p>	<p>Wintersemester</p>
<p>Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)</p>	<p>Pflicht im Wahlpflichtmodul 7</p>

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Grundkenntnisse des Marketing
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Brigitte Kölzer
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz – Wissen:</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden verstehen die Herausforderungen der Anwendung theoretischer Kenntnisse auf praktische Fragestellungen im Marketing des Mittelstands und kennen die Vorgehensweise zur Bearbeitung von praktischen Marketingprojekten.
b) <i>Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und Marketingstrategien und -instrumente in einem mittelständischen Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen.
c) <i>Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und strukturierte Lösungswege.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig die Ausgangssituation von komplexen Projekten analysieren, mit Methoden des Projektmanagements inhaltlich strukturieren und eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren.

Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vorstellung der Praxisprojekte und Briefing durch die Auftraggeber 2. Konzeptionelle Grundlagen der strategischen Marketingplanung im internationalen Kontext und Vorgehensweise zur Entwicklung von Strategien im Mittelstand inkl. Projektstrukturierung bzw. -management 3. Strategische Situationsanalyse und Erarbeitung einer SWOT-Analyse für ein konkretes Unternehmen 4. Entwicklung der Positionierung und der Marketing- bzw. Markteintrittsstrategie für ein konkretes Unternehmen 5. Entwicklung umsetzbarer Marketing-Maßnahmen für ein konkretes Unternehmen 6. Präsentation der Konzepte
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristische Vermittlung ausgewählter Lehrinhalte, auch über Gastreferenten aus Unternehmen • Vermittlung von Präsentationstechniken und Projektmanagement-Methoden • Bearbeitung von Themen in Projektgruppen von ca. 3-6 Personen • Wöchentliches Coaching der Teams in ihren spezifischen Fragestellungen durch den/die Dozent:in
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmensprojekte, Gastvorträge und Exkursionen • Wöchentliches Coaching durch Dozent:in und 2-3 Präsentationen vor den Unternehmen/ Auftraggebern • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente (Learning Campus / Moodle) wie z.B. Wikis, Online- Übungsaufgaben, etc.
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis , 14. Aufl., Wiesbaden 2019. • Homburg, C./ Krohmer, H.: Marketingmanagement. Studienausgabe: Strategie - Instrumente - Umsetzung Unternehmensführung, 7. Überarbeitete Aufl., Wiesbaden 2020 • Kotler P./ Keller L.-K.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien (Pearson Studium - Economic BWL) 15. Aufl. • Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12. Aufl., Wiesbaden 2019.

8 Change Management	
Modul-Nr./ Code	8
Modulbezeichnung	Change Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	8.1 Change Management 8.2 Change Management Case Studies
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Kenntnisse in den Bereichen „Personalmanagement“ und „Organisation“ sind wünschenswert
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	--
Modulverantwortung	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Siehe Teilmodule
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt- Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Prüfung besteht aus zwei Teilleistungen: 8.1: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit 8.2: Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele</i>	<p>Die erlangten fachlichen Kenntnisse sowie persönlichen und methodischen Fähigkeiten befähigen die Teilnehmer, Veränderungsprozesse in Organisationen als Projektleiter oder Führungskräfte erfolgreich und aktiv zu gestalten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen • Sie lernen verschiedene Konzepte organisationalen Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen kennen. Die Studierenden erkennen Change Management als ein interdisziplinäres Forschungs- und

	<p>Praxisfeld, indem sie die wissenschaftlichen Grundlagen/Konzepte sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch insbesondere aus der Wirtschaftspsychologie erlernen und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines wissenschaftlich fundierten, ganzheitlichen Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse erfolgreich planen und praktisch umsetzen können • Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen • Sie erlangen vertiefende wissenschaftliche und praktische Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation funktioniert und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation als einen wesentlichen Erfolgsfaktor kennen • Die Studierenden erlernen wesentliche Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen
<p><i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durch die aktive Teilnahme an einem mehrtägigen, interaktiven „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen im Change Management. • Im Rahmen der praktischen Umsetzung des Erlernten in simulierten Veränderungsprozessen bzw. Krisensituationen erweitern die Studierenden ihre individuellen persönlichen und methodischen Fähigkeiten. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und das gemeinsame Reflektieren der erlebten Situationen in der Gruppe ermöglichen erfahrungsgeleitete, nachhaltige und individuelle Lernprozesse. Zudem wird durch das Training nicht nur die Selbsterkenntnis gefördert, sondern vor allem auch das Wahrnehmen/Verstehen/Akzeptieren anderer Teammitglieder und deren unterschiedlicher Verhaltensweisen und Einstellungen. Schließlich wird auch die Teamfähigkeit insgesamt gestärkt. • Durch Praxisberichte von Gastreferenten und die Bearbeitung von Fallstudien werden die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit der Studierenden gestärkt. UnternehmensvertreterInnen schildern aktuelle Veränderungsprozesse in ihren Unternehmen und diskutieren Lösungsmöglichkeiten und Strategien mit den Studierenden. Die Studierenden wenden ihre wissenschaftlichen Kenntnisse in konkreten realen Unternehmenssituationen erfolgreich an und lernen durch die vielfältigen Erfahrungsberichte der UnternehmensvertreterInnen auch, aus Fehlern

	erfolgreich zu lernen.
Inhalte der Lehrveranstaltung	Siehe im Einzelnen Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • Training für Change Manager (Dauer: 2-3 Tage) • Gastvorträge von Experten aus der Praxis • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)
Literatur	<p>Z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Doppler, K./Lauterburg, C.: Change Management – Den Unternehmenswandel gestalten, Wiesbaden, 2019, 14. Aufl. • Frey, D./Gerhardt, M./Fischer, P. et al.: Change Management in Organisationen – Widerstände und Erfolgsfaktoren der Umsetzung, in: Rosenstiel, L. v./ Domsch, M./Regnet, E. (Hrsg.): Führung von Mitarbeitern, Stuttgart, 2009, 6. Aufl., S. 561-572 • French, W.L./Bell, C.H.: Organisationsentwicklung, Bern/Stuttgart, 1977 • Gebert, D.: Organisationsentwicklung, in: Schuler, H. (Hrsg.): Organisationspsychologie, Bern, 2007, 4. Aufl. S. 601-616 • Glasl, F.: Konfliktmanagement, Stuttgart, 2013, 11. Aufl. • Greif, S./Runde, B./Seeberg, I.: Erfolge und Misserfolge beim Change Management, Göttingen/Bern/Toronto/Seattle/Oxford/Prag, 2004 • Kotter, J.P.: Leading Change: Why Transformation Efforts Fail, Harvard Business Review, März/April, 1995, S. 59-67 • Kotter, J.P.: Leading Change, München, 2016, 4. Aufl. • Kotter, J.P./Rathgeber, H.: Das Pinguin-Prinzip – Wie Veränderung zum Erfolg führt, München, 2015 • Landes, M./Steiner, E.: Psychologische Auswirkungen von Change Prozessen: Widerstände, Emotionen, Veränderungsbereitschaft und Implikationen für Führungskräfte; in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.) Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 723-750 • Lewin, K.: Group Decision and Social Change, in: Maccoby, E., Newcomb, T./Hartley, E. (Hrsg.): Readings in Social Psychology, New York, 1958, 3. Aufl., S. 197-211 • Rosenberg, M.B.: Gewaltfreie Kommunikation, Paderborn, 2016, 12. Aufl. • Rosenstiel, L. von : Grundlagen der Organisationspsychologie, Stuttgart, 2007, 6. Aufl. • Schiessler, B.: Die Rolle der Organisationsentwicklung im Change Management, in: Landes, M./Steiner, E. (Hrsg.): Psychologie der Wirtschaft, Wiesbaden, 2013, S. 598-611

	<ul style="list-style-type: none"> • Schreyögg, G./Geiger, D.: Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden, 2016, 6. Aufl. • Schreyögg, G./Noss, C.: Von der Episode zum fortwährenden Prozess – Wege jenseits der Gleichgewichtslogik im Organisatorischen Wandel, in: Schreyögg, G./Conrad, P. (Hrsg.): Organisatorischer Wandel und Transformation, Wiesbaden, 2000, S. 33-62 • Vahs, D.: Organisation, Stuttgart, 2015, 9. Aufl. • Zeitschrift Organisationsentwicklung • Weitere Literatur wird in den Veranstaltungen bekanntgegeben
8.1 Change Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Teilnehmer lernen Gründe für Veränderungen kennen sowie die zunehmende Umweltdynamik und –komplexität zu verstehen und somit den organisationalen Wandel als einen kontinuierlichen und überlebensrelevanten Prozess zu begreifen • Sie erlernen verschiedene wissenschaftliche Grundlagen/Konzepte organisationalen Wandels - sowohl aus der Betriebswirtschaftslehre als auch aus der Wirtschaftspsychologie - und verstehen, diese zielgerichtet zu kombinieren • Die Studierenden erlangen Kenntnisse, wie sie im Rahmen eines ganzheitlichen, wissenschaftlich

	<p>fundierten Change-Management-Ansatzes Veränderungsprozesse nachhaltig erfolgreich planen und umsetzen können</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sie setzen sich mit den Barrieren organisationaler Veränderungen und deren Ursachen auseinander und lernen, mit den Widerständen und Emotionen von Mitarbeitern erfolgreich umzugehen • Sie erlangen vertiefende Kenntnisse darüber, wie erfolgreiche Veränderungskommunikation erfolgt und lernen die Bedeutung der Mitarbeiterpartizipation kennen • Die Studierenden lernen verschiedene Interventionsmethoden und Instrumente für die individuelle, situationsgerechte Anwendung in Veränderungsprozessen kennen
<p><i>b) Überfachliche Qualifikationsziele:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Siehe Modulbeschreibung oben
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Organisationen und Wandel 2. Strukturell-technologische und sozialwissenschaftliche Konzepte des Managements organisationalen Wandels und deren wissenschaftliche Grundlagen 3. Anforderungen an ein zeitgemäßes Change Management 4. Vorgehensweise im Rahmen eines ganzheitlichen Change Management-Konzepts 5. Widerstände und Emotionen von Mitarbeitern 6. Wie sollte die Kommunikation in Veränderungsprozessen gestaltet werden? 7. Partizipation - ein bedeutender Erfolgsfaktor 8. Kennenlernen vielfältiger Interventionsmethoden/ Instrumente für ein erfolgreiches, situationsbezogenes Veränderungsmanagement 9. Bedeutende Erfolgs- und Misserfolgskriterien im Change Management 10. Erfolgreiches Projektmanagement in Veränderungsprozessen
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, konkrete Fallbeispiele aus der Praxis, Videos</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaristischer Unterricht, Übungen, Diskussionen, Videos, Fallstudien • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online- Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Siehe Modulbeschreibung oben
8.2 Change Management Case Studies	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	8.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul 8
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzung	Siehe oben
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler / LB Florian Blencke
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h Vor- und Nacharbeit individuell und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung 90-120 Min. oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wenden ihre in Teilmodul 8.1 gewonnenen Change Management-Kenntnisse in Fallstudien konkret an • Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen • In einem „Training für Change Manager“ (Dauer 2-3 Tage) erweitern die Studierenden ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig, um Veränderungsprozesse in ihrer späteren betrieblichen Praxis erfolgreich gestalten zu können

<p>b) <i>Überfachliche Qualifikationsziele:</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des in Teilmodul 1 Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern. • Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden. • Im Rahmen der aktiven Teilnahme an einem mehrtägigen „Training für Change Manager“ sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeladene, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen zu verschiedenen Themen aus Teilmodul 1 vorbereiten, moderieren, diskutieren und nachbereiten 2. Bearbeiten und Diskutieren von Fallstudien zu den Themen aus Teilmodul 1 (anwendungsorientierte Umsetzung der Kenntnisse) 3. Interaktives Training zur Förderung der individuellen persönlichen Kompetenzen und Einstellungen, um Change-Prozesse als (Teil)Projektleiter und/oder Führungskräfte in der Praxis erfolgreich planen und umsetzen zu können
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Gastvorträge, Diskussionen, interaktives Training</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Training (Dauer: 2-3 Tage) • Gastvorträge von UnternehmensvertreterInnen • Bearbeiten von Fallstudien, Übungen, Diskussionen, Seminaristischer Unterricht • Unterstützung der Lehreinheiten durch E-Learning-Elemente im Learning Campus (Online-Übungsaufgaben, Bearbeitung von Fallstudien, interaktive Online-Gruppenarbeiten, Padlets, Videos etc.)
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Siehe Modulbeschreibung oben</p>

9 Supply Chain Management	
Modul-Nr./ Code	9
Modulbezeichnung	Supply Chain Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahlpflichtmodul
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	9.1 Added Value and Sales Management 9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortung	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit und 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	siehe Teilmodule
Literatur	siehe Teilmodule
9.1 Added Values and Sales Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	9.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	One semester

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Winter Semester
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ralph Krichbaum, Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 hours total workload, of which 60 hours attendance in person and 90 hours of individual and team preparation, and study
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Written examination lasting 90 min
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Participants will understand the challenges in added value processes • Students will understand the historical progression of successful added value management • They will be able to evaluate the outcomes of different processes in value chains • Students will learn to find ways of identifying the underlying issues in supply chains in order to influence outcomes positively • They will understand the role of active management and leadership in managing supply chain activities • Differences and common patterns of internal and external activities within added value chains will be discussed • Students will understand the relationships and resulting tasks for management in procurement, storage, transport, distribution and disposal of products, services and administrative processes within added value management activities • Students will be capable of explaining the tools of Supply Chain Management and use them in a solution-oriented manner • Participants will understand the importance of strategic sales decisions especially in an international context • Students will be able to decide on the pros and cons of typical sales techniques • Students will learn to evaluate possible decision outcomes in sales management • They will understand the role of active international selling and the necessity of customer acquisition and customer care • Students will be capable of explaining the tools of Sales Management and use them in a solution-oriented manner

<p><i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ability to discuss problem-based questions in English in particular with an international background • Students will learn to work on case study problems, to find solutions, and to prepare presentations in English • Participants will present the outcome in front of the class, they have to justify their reasoning and will learn from each other by discussing different approaches
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Added value management 2. Operations Leadership 3. Supply and market management 4. Total Cost Management 5. Strategic Sales Management 6. Sales Techniques 7. International Selling
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Presentation of material in teaching units structured as seminars Exercises for preparation and homework Repetition questions Deepening of the material based on practical cases Working on theory-based case studies and presenting answers to special questions</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<p>Practical exercises in simulations and experiments - both practical and mental Excursions to relevant companies in the region Discussions with entrepreneurs and leading managers on questions in Added Value and Sales Management</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concept of the Corporation (Peter Drucker, 1946) • Out of the Crisis (W. Edwards Deming, 1950) • The Machine That Changed the World: The Story of Lean Production - Toyota's Secret Weapon in the Global Car Wars That Is Now Revolutionizing World Industry (James Womack, Daniel Jones, Daniel Roos, 1991) • Lean Thinking: Banish Waste And Create Wealth In Your Corporation (James P. Womack Daniel T. Jones, 2003) • International Business: The Challenge of Global Competition, 13th ed. (Donald A. Ball, 2012) • Selling and Sales Management, 10th ed. (David Jobbe / Geoff Lancaster, 2015) • How to Sell. Selling anything to anyone (Jo Qwen, 2010)
<p>9.2 Concepts in Creation and Development of Supply Chains</p>	
<p>Nr./ Code der Lehrveranstaltung</p>	<p>9.2</p>
<p>Semester/Trimester</p>	<p>Semester</p>

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	One semester
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Winter Semester
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Ralph Kriechbaum
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 hours total workload, of which 60 hours attendance in person and 90 hours of individual and team preparation, and study
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Oral Exam lasting 30 min
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachliche Qualifikationsziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Participants will be able to describe Supply Chains in their complexity overarching companies and added value processes • Students will understand the possibilities to create and develop supply chains • They will be understanding and utilizing problem solving methods influences developed under the concepts of what American authors called “Lean Management” • Participants will be able to identify opportunities and initiate new concepts to develop multiple successful supply chain activities
<i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Case studies in small groups will reinforce the discussion and argumentation skills of the students • Seminar-based presentation of course content in individual units • Interactive preparation of class topics in groups • Putting theoretical knowledge into practice using concrete case studies in group work • Lab Days will give opportunities to apply concepts
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quality management within supply chain management 2. Inventory management within supply chain management 3. Concepts developed in the understanding of what American authors call Lean Management

Lehr- und Lernmethoden	Class room simulations to identify challenges that may be overcome with the development of new supply chain concepts Lab work in interactive simulations of supply chain processes Excursions to relevant companies in the region.
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Guest lecturers from Japan and the United States of America integrated into class discussions with students Live interaction with professors from the United States and Japan (online and face to face).
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Learning to See: Value-Stream Mapping to Create Value and Eliminate Muda (Lean Enterprise Institute, Mike Rother, John Shook, 1999) • Zero Quality Control: Source Inspection and the Poka-Yoke System (Shigeo Shingo, Andrew Dillon) 1991 • Quality is Free (Philip Crosby, 1980) • A Revolution in Manufacturing: The SMED System: Single- minute Exchange of Die System (Shigeo Shingo, Andrew P. Dillon) • Managing to Learn (John Shook, 2008)

10 Innovation and Entrepreneurship	
Modul-Nr./ Code	10
Modulbezeichnung	Innovation and Entrepreneurship
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	10.1 Innovation 10.2 Entrepreneurship
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	/
Modulverantwortung	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung und / oder Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
10.1 Innovation	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	10.1 Innovation
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich

Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Stephanie Kapitza
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachliche Qualifikationsziele</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • understand the importance of innovation and innovation management for successful and sustainable companies • recognize the innovation potential of their environment and implement it in form of innovations in companies and corporations • apply and evaluate methods for the development and management of innovations • apply tools for the development of business model innovations
<i>b) Überfachliche Qualifikationsziele</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop and their own concepts in project work, • steer and manage their own learning process • discuss and argue with strengthened skills and work in a team orientated manner
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recognize and evaluate innovative ideas 2. Steering and controlling innovation processes 3. Innovation strategies and case studies 4. Brainstorming methods, creative processes, knowledge management 5. Success strategies of innovative companies and start-ups 6. Business Model Generation and Innovation
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style lectures
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Excursions to companies, external speakers and/or case studies possible

<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bartl, Dietmut u.a.: Digital Innovation Playbook, Hamburg, 2016. • Chesbrough, Henry W.: Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, 2007. • Lee, S. u.a.: Open innovation in small and medium enterprises – An intermediated network model, Research Policy, 39/2 (2010), S. 290-300. • Gassmann, U., Granig, P., Innovationsmanagement, 12 Erfolgsstrategien für KMU, Carl Hanser Verlag, München 2013 • Verma, Rajesh / Bashir, Makhmoor: Why Business Model Innovation is the New Competitive Advantage, The IUP Journal of Business Strategy, 14 (2017), S. 7-17. • Tesch, Jan F. (Eds.): Business Model Innovation in the Era of the Internet of Things. Studies on the Aspects of Evaluation, Decision Making and Tooling, Cham, 2019.
-----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

10.2 Entrepreneurship

<p>Nr./ Code der Lehrveranstaltung</p>	<p>1.2</p>
<p>Semester/Trimester</p>	<p>Semester</p>
<p>Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)</p>	<p>Pflicht</p>
<p>Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung</p>	<p>Einmal jährlich</p>
<p>Name des Hochschullehrers</p>	<p>Prof. Dr. Stephanie Kapitza</p>
<p>Unterrichts-/Lehrsprache</p>	<p>Englisch</p>
<p>Zahl der zugeteilten ECTS-Credits</p>	<p>5</p>
<p>Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)</p>	<p>150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 häusliche Vor- und Nacharbeit</p>
<p>SWS</p>	<p>4</p>
<p>Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten</p>	<p>studienbegleitende Studienprüfungsarbeit</p>
<p>Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote</p>	<p>50%</p>

<p>Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung</p>	
<p>a) <i>Fachliche Qualifikationsziele</i></p>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • students understand the importance of company start-ups for the national economy • apply central methods for the development of business models • Apply tools for the development, critical evaluation and placement of business ideas on the market. • carry out and interpret a full-fledged financial planning

	over the course of five years including profit and loss statement, cashflow statement and company valuation
b) <i>Überfachliche Qualifikationsziele</i>	<p>After completing this module, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • develop their own concepts in project work, learn how to negotiate with the key interest groups involved in founding a company and present them professionally • discuss and argue with strengthened skills are and work in a team orientation manner
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Development and prototyping of a real business idea 2. Creation of a business plan in exercise groups, from the business idea to the market position to determining the necessary capital requirements 3. Visualization and presentation of the concepts, defense in front of experts
Lehr- und Lernmethoden	Seminar style lectures, own case studies, presentations by participants, independent work on seminar topic guided by coaching
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Design Thinking Workshop, external speakers and/or coaches, online MOOC
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Osterwalder, A. / Pigneur, Y. (2010): Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers, New Jersey: John Wiley & Sons • Ries, Eric (2012): Lean Startup, 1. Aufl., München: Redline • Hahn, C. (2018): Finanzierung von Start-up-Unternehmen: Praxisbuch für erfolgreiche Gründer: Finanzierung, Besteuerung, Investor Relations. (2., vollst. akt. u. überarb. Aufl. 2018.). Wiesbaden: Springer Gabler • Nagl, A. (2009): Der Businessplan - Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen 4. Aufl. Wiesbaden: Gabler • BayStartUP GmbH (Hrsg.): Handbuch Businessplan-Erstellung – Der Weg zum erfolgreichen Unternehmen, 2021

11 Mindful Leadership	
Modul-Nr./ Code	11
Modulbezeichnung	Mindful Leadership
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	11.1 Leadership 11.2 Mindful Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Bettina Schiessler Dipl.-BW Kathrin Müller
Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit für beide Teilmodule
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Seminaristischer Unterricht, Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
11.1 Leadership	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachliche Qualifikationsziele:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden wenden ihre Kenntnisse in Fallstudien konkret an • Durch Erfahrungsberichte von Experten (Gastvorträge) erhalten die Studierenden weitere Einblicke in die aktuelle betriebliche Praxis. Sie erlangen wesentliche Kenntnisse über die Anwendung des Erlernten anhand konkreter Praxisfälle und diskutieren verschiedene Lösungsstrategien und Handlungsalternativen • In vielseitigen Trainingssequenzen werden die Studierenden gecoachd und erweitern so ihre individuellen Fähigkeiten (Methoden- und Sozialkompetenzen) und Einstellungen zielgerichtet und nachhaltig.
b) <i>Überfachliche Qualifikationsziele:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Zielsetzung des Moduls ist es, die Studierenden bei der praktischen Umsetzung des Erlernten zu unterstützen und ihre individuellen Fähigkeiten entsprechend zu erweitern. • Durch die Bearbeitung von Fallstudien und die Praxisberichte von Gastreferenten mit anschließenden intensiven Diskussionsrunden sollen die individuelle Analyse- und Problemlösungsfähigkeit sowie die Diskussions- und Argumentationsfähigkeit sowie Moderationsfähigkeit der Studierenden gestärkt werden. • Im Rahmen der interaktiven Übungs- und Coachingsequenzen sammeln die Studierenden über die wissenschaftlichen Kenntnisse hinaus auch eigene praktische Erfahrungen und erweitern ihre persönlichen Fähigkeiten, Handlungsweisen und Einstellungen nachhaltig. Das eigene Agieren in praxisnahen Situationen und Reflektieren in der Gruppe ermöglicht erfahrungsgeladene, individuelle Lernprozesse und fördert die Teamfähigkeit und Kompetenzen zur Reflektion

<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Was ist Leadership? 2. Worauf kommt es heute in der modernen Mitarbeiterführung an? Modernes Leadership 3. Leadership-Skills 4. Kommunikation und Gesprächsführung 5. Personalentwicklung und Coaching 6. Teams und Zusammenarbeit 7. Diversity 8. Ethik und Verantwortung im Management (Empowerment, Achtsamkeit, Empathie, Respekt, Wertschätzung, Resilienz...) 9. Persönlichkeit und Selbstreflektion 10. Kreativität und Ideenmanagement (Fehlerkultur schaffen, Veränderungsbereitschaft und -fähigkeit fördern, Vision)
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>--</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)</p>	<p>Praxisvorträge und Gast sprecher, praktische Fallstudien, erfahrungsgelitetes Lernen durch praktische Übungen</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>u.a.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seliger, R. (2008). Das Dschungelbuch der Führung. Ein Navigationssystem für Führungskräfte. Carl-Auer. • Krusche, B. (2008). Paradoxien der Führung. Aufgaben und Funktionen für ein zukunftsfähiges Management. Carl-Auer. • Simon, F.B. (2009). Gemeinsam sind wir blöd!? Die Intelligenz von Unternehmen, Managern und Märkten. Carl-Auer. • Arnold, F. (2010). Von den Besten lernen. Carl Hanser Verlag. • Malik, F. (2006). Führen, Leisten, Leben. Heyne. • Pfläging, N. (2009). Die 12 neuen Gesetze der Führung. Der Kodex: Warum Management verzichtbar ist. Campus. • Pfläging, N. (2006). Führen mit flexiblen Zielen: Beyond Budgeting in der Praxis. Campus. • Narjes, F. & Feltz, N. (2010). Fishing for Careers: Karrieremanagement zwischen Planung und Gelegenheit. • Radatz, S. (2001). Beratung ohne Ratschlag. Systemisches Coaching für Führungskräfte und BeraterInnen. Wien: ISCT. • König, E. & Volmer, G. (2012). Handbuch Systemische Coaching. Landsberg: Beltz. • Looss, W. (2006). Unter vier Augen: Coaching für Manager. Bergisch Gladbach: EHP. • Müller, G. (2006). Systemisches Coaching im

	<p>Management. Das Praxisbuch für Neueinsteiger und Profis. Landsberg: Beltz.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maslach, C. & Leiter, M.P. (1997). The Truth About Burnout: How Organizations Cause Personal Stress and What to Do About It. Jossey-Bass. • Leiter, M.P. & Maslach, C. (1999). Six Areas of Worklife: A Model of the Organizational Context of Burnout. Journal of Health and Human Services Administration, 21(4), 472-489.
11.2 Mindful Business	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	11.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Dipl.-BW Kathrin Müller
Unterrichts-/Lehrsprache	Deutsch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit mit Abschlusspräsentation
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a) Fachkompetenz – Wissen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden verstehen die neurowissenschaftlichen Grundlagen und Vorteile der Achtsamkeitspraxis für Mensch und Unternehmen. Sie können die erlernten theoretischen Kenntnisse auf praktische Fragestellungen in einer achtsamen Unternehmenskultur anwenden und verstehen es, achtsam zu Führen.
<i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können mit Abschluss dieses Moduls die Kenntnisse auf konkrete Projekte anwenden und in Unternehmen zielgerichtet planen und umsetzen. Sie sind in der Lage, Achtsamkeitsübungen anzuleiten und entsprechende Konzepte im Unternehmen zu implementieren.
<i>c) Personale Kompetenz – Sozialkompetenz</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden erlernen in der Projektarbeit in kleinen Gruppen Führungsverhalten, achtsame Kommunikationsfähigkeiten, Konfliktfähigkeit und Teamorientierung. Sie erarbeiten durch Diskussionen und sozialen Austausch gemeinsame kreative und

	strukturierte Lösungswege.
d) <i>Personale Kompetenz – Selbstständigkeit</i>	<ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls selbständig Achtsamkeitsübungen durchführen und anleiten. Sie können eigenständig für ein konkretes Unternehmen umsetzbare Maßnahmen entwickeln sowie diese professionell präsentieren und im Unternehmen implementieren.
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Achtsamkeit 2. Achtsamkeit im Unternehmenskontext 3. Vorstellung der Projektarbeiten (nach Möglichkeit mit Praxispartnern) 4. Mindful Business 5. Stärkenorientiertes Arbeiten 6. Achtsame Kommunikation 7. Empathie und Mitgefühl in der Wirtschaft 8. Mindful Leadership 9. Präsentationen der Projekte
Lehr- und Lernmethoden	Seminaristischer Unterricht, interaktives Training
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Praxisvorträge und Gastsprecher, praktische Fallstudien
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> Amberg, Martina: Führungskompetenz Achtsamkeit: Eine Einführung für Führungskräfte und Personalverantwortliche, Wiesbaden, 2016 Black, Anna: Achtsamkeit im Job, Stuttgart, 2018 Kabat-Zinn, John: Gesund durch Meditation: Das große Buch der Selbstheilung mit MBSR, München, 2019 Marturano, Janice: Mindful Leadership: Ein Weg zu achtsamer Führungskompetenz, Freiburg im Breisgau, 2015 Narbeshuber, Esther/ Narbeshuber, Johannes: Mindful Leader: Wie wir die Führung für unser Leben in die Hand nehmen und uns Gelassenheit zum Erfolg führt, München, 2019 Nhat Hanh, Thich: achtsam sprechen - achtsam zuhören: Die Kunst der bewussten Kommunikation, München, 2019 Ott, Ulrich: Meditation für Skeptiker: Ein Neurowissenschaftler erklärt den Weg zum Selbst, München, 2019 Singer, Tanja/ Ricard, Matthieu: Mitgefühl in der Wirtschaft: Ein bahnbrechender Forschungsbericht, München, 2015 Tan, Chade-Meng: Search Inside Yourself: Optimierte dein Leben durch Achtsamkeit, Leipzig, 2015

12 Diversity, Equity and Inclusion	
Modul-Nr./ Code	12
Modulbezeichnung	Diversity, Equity and Inclusion
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	12.1 Diversity, Equity and Inclusion 12.2 Case Study DEI
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Nicole Schostak
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur. Präsentation, schriftliche Arbeit, mündliche Beteiligung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	To develop a deep understanding of the significance of DEI in the modern workplace and to be able to foster diversity management in a holistic, strategic way
Inhalte des Moduls	All aspects of diversity-Management
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Vorlesung, Einzel- und Gruppenarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Präsenzpflicht, kein Online-Anteil, Gastvorträge
Literatur	Siehe Module
12.1 Diversity, Equity and Inclusion	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	12.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Nicole Schostak
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Klausur
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
To develop a deep understanding of the significance of DEI in the modern workplace and to be able to foster diversity management in a holistic, strategic way	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. What do diversity, equity, and inclusion mean, and how are these concepts interconnected? 2. Why do sustainable companies need to have a DEI strategy? 3. What are the challenges and pitfalls facing DEI initiatives and strategies? 4. Unconscious bias: meaning and influence on decisions behavior, and organizational structure; anti-bias methods 5. The impact of social stratification and hierarchy on the workplace 6. How can DEI progress be measured in a company? 7. How to recruit and retain diverse employees?
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppen- und Einzelarbeit
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Präsenzplicht, Gastvorträge
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Auswahl: Why diversity matters even more McKinsey https://www.mckinsey.com/about-us/diversity/overview The Business Case For Diversity is Now Overwhelming. Here's Why World Economic Forum

12.2 Case Study DEI	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	12.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Nicole Schostak
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Präsentation, Semesterarbeit, mündliche Mitarbeit, Anwesenheit
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
To gain a comprehensive understanding of the importance of DEI in the modern workplace by analyzing case studies, identifying key success factors, and critically evaluating strategies.	
Inhalte der Lehrveranstaltung	Analyze and reflect on the DEI strategies of various companies, with a focus on different aspects.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppen- und Einzelarbeit, Case studies
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Präsenzp flicht, Gast-Vorträge
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Please visit the websites of different companies and search for DEI.

13 Human Resource Management	
Modul-Nr./ Code	13
Modulbezeichnung	Human Resource Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	13.1 Behavior in Organizations 13.2 Strategic Human Resource Management
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	Leann Mischel
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	--
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	siehe Teilmodule
Literatur	siehe Teilmodule
13.1 Behavior in Organizations	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	13.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Leann Mischel
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Cases (10%), final presentation (70%), news applications (10%), participation (10%)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Cases (10%), final presentation (70%), news applications (10%), participation (10%)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Students should be prepared to read, write, and discuss cases, current topics in the news, and apply course concepts to organizations.	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>This course focuses on the dynamics of individual, interpersonal, group, and organizational processes that people encounter in formal organizations. The objective of this course is to help you understand and manage these processes more effectively. Emphasis is also placed on employee motivation, satisfaction, and productivity. In short, this course will prepare you to manage employees and make sense of organizations. Specific learning objectives include:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Increase awareness of your own and other people's behavioral patterns and the implications of this for effective performance in organizations; • Understand and gain first-hand experience in applying course concepts and theories to all types of organizations, including your own • Become a more informed evaluator of organizations as current or future employees and employers.
Lehr- und Lernmethoden	Lecture and exercise
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	None
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	https://courses.lumenlearning.com/wm-organizationalbehavior/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fumenlearning.com%2F
13.2 Strategic Human Resource Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	13.2
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	VHB-Kurs
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	--
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	--
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<p>In this course, the basic understanding of human resource management (HRM) will be taken to a deeper level. After a short introduction, we present the core functions of HRM. Then, a more sophisticated view on HR from a strategic perspective will be taught. We highlight interdependencies between HR and corporate strategy and, lastly, emphasize the effect of the external environment on HR and show trends in strategic HRM.</p>	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • The "Introduction" will give you insights into fundamentals such as strategy and HRM. Further, it will introduce an approach towards strategic HRM. • In "Functions of HRM" you will get taught in performance measurement as well as in (re)structuring functions of HRM. • Why employees can be seen as strategic resources and how the HR strategy can be aligned with the corporate strategy, is what you will learn in "Strategy orientation in HRM". • In "Professional strategic HRM" we will take a closer look on how to professionalize HRM by discussing the development of professional knowledge, conceptual models of HRM, organizational institutionalization, and controlling. • The last section is about "Frameworks and trends in strategic HRM". Here you will get insights in how globalization, demography, society, and technology influence HRM.
Lehr- und Lernmethoden	--
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	--
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	--

14 International Sales Management and selected Sales Topics	
Modul-Nr./ Code	14
Modulbezeichnung	International Sales Management and selected Sales Topics
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	14.1 International Sales Management 14.2 Sponsorship-linked Marketing
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP in beiden Teilmodulen
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Inhalte von Teilmodul M14.2 (Selected Sales Topics) werden in jedem Studienjahr neu festgelegt; Details werden im Studienplan veröffentlicht.
Literatur	Siehe Teilmodule
14.1 International Sales Management	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	14.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Subject matter learning goals</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • understand the importance of sales strategies for successful and sustainable companies • recognize the methods and instruments for selling goods and services • apply and evaluate methods for managing the sales force • apply tools for supporting the sales process • to decide on the pros and cons of typical sales techniques • understand the role of active international selling and the necessity of customer acquisition and customer care
b) <i>Social and methodological learning goals</i>	After completing this module, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • develop their negotiation skills • steer and manage their abilities in team work • think and act in a customer oriented way • to work on case study problems, to find solutions, and to prepare presentations in English • present the outcome in front of the class, they have to justify their reasoning and will learn from each other by discussing different approaches
Inhalte der Lehrveranstaltung	1. Strategic Sales Management 2. Sales Techniques 3. International Selling
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Presentation of material in teaching units structured as seminars • Method of “Inverted Classroom” • Exercises for preparation and homework • Repetition questions • Deepening of the material based on practical cases • Case Study preparation and presentation
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	„Practical Insight“ to real Sales Questions by Entrepreneurs and Leading Managers from different companies

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • ALBERS, Sönke / KRAFFT, Manfred: <i>Vertriebsmanagement</i>. Springer-Gabler, Wiesbaden 2013. • BALL, Donald A. et al.: <i>International Business: The Challenge of Global Competition</i>. 12th edition, Mc Graw Hill Verlag, New York 2010. (13th 2012) • JOBBER, David et al. : <i>Selling and Sales Management</i>. 11th edition, Pearson Education, Harlow 2019. • HOMBURG, Christian / WIESEKE, Jan (Hrsg.): <i>Handbuch Vertriebsmanagement</i>. Gabler Verlag, Wiesbaden 2011. • OWEN, Jo: <i>How to sell, Sell anything to anyone</i>. Pearson, Harlow 2010.
14.2 Sponsorship-linked Marketing	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	14.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Eckhard Lachmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 60 h Präsenzzeit und 90 h häusliche Vor- und Nacharbeit
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	schrP
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
This course focuses on special and new developments in Sales Activities. The topics will change from year to year (for example vhb courses). After completing this course students will have a extended knowledge of solving special problems related to International Sales.	
Inhalte der Lehrveranstaltung	Subject to change every year.
Lehr- und Lernmethoden	For example virtual course of vhb
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	--
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Will be handed out to the students at the beginning of the semester.

15 Management Consulting	
Modul-Nr./ Code	15
Modulbezeichnung	Management Consulting
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	15.1 Management Consulting 15.2 Management Consulting and Case Studies
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Julia Lettinger
Name der/des Hochschullehrer/s	Julia Lettinger
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	168 h Gesamt-Workload, davon 42 h Präsenz 42 h Case Study Gruppenarbeit 84 h Vor- und Nachbereitung
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Modul 1: Mündliche Prüfung Modul 2: Prüfungsstudienarbeit + Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
15.1 Management Consulting	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	15.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Julia Lettinger Cindy Pfitzmann (Gastdozentin)
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	42 h Präsenz 42 h Vor- und Nachbereitung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Mündliche Prüfung (Einzelprüfung)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • Prepare for a role in management consulting, inhouse consulting and strategy departments. • Learn to tackle business challenges with a strategic step-by-step approach. • Learn how to survive case study interviews when interviewing for consulting roles. 	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Apply theory of module 1 in a real case scenario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to management consulting 2. Strategic goal setting 3. Strategic analysis (status quo analysis) 4. Strategic options (problem solving and strategy formulation) 5. Strategic decision criteria (strategic choice & implementation) 6. Limits of classic strategic management & new approaches
Lehr- und Lernmethoden	Case study (Solve a real management consulting case as part of a group)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	100% online (live)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Die 80 wichtigsten Management- und Beratungstools, Dirk Lippold • Strategisches Management, Martin Welge et al. • Business Model Generation, Alexander Osterwalder • Effectuation, Michael Faschingbauer • Creative Strategy, William Duggan • Good Strategy/Bad Strategy, Richard Rumelt • Playing to Win: How Strategy Really Works, Roger Martin and A.G. Lafley • Online course "Business and Product Strategy"

	Creation", Julia Lettinger (on the Udemy teaching platform), Link: https://www.udemy.com/course/business-product-strategy-creation
15.2 Management Consulting and Case Studies	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	15.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Julia Lettinger
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	42 h Case Study Gruppenarbeit 42 h Vor- und Nachbereitung
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit + Präsentation (Gruppenarbeit)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • Deepen what has been taught in module 1 through hands-on-application in a real case • Learn how to do consulting presentations to senior leaders (slides design + presentation style) • Practice to work within a team of international consultants and learn cross-cultural collaboration. 	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<p>Apply theory of module 1 in a real case scenario:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to management consulting 2. Strategic goal setting 3. Strategic analysis (status quo analysis) 4. Strategic options (problem solving and strategy formulation) 5. Strategic decision criteria (strategic choice & implementation) 6. Limits of classic strategic management & new approaches
Lehr- und Lernmethoden	Case study (Solve a real management consulting case as

	part of a group)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	100% online (live)
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Die 80 wichtigsten Management- und Beratungstools, Dirk Lippold• Strategisches Management, Martin Welge et al.• Business Model Generation, Alexander Osterwalder• Effectuation, Michael Faschingbauer• Creative Strategy, William Duggan• Good Strategy/Bad Strategy, Richard Rumelt• Playing to Win: How Strategy Really Works, Roger Martin and A.G. Lafley• Online course "Business and Product Strategy Creation", Julia Lettinger (on the Udemy teaching platform), Link: https://www.udemy.com/course/business-product-strategy-creation

17 SAP	
Modul-Nr./ Code	17
Modulbezeichnung	SAP
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	17.1 Logistics Processes in SAP 17.2 Managing Finance Processes in SAP
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Andreas Krüger, Prof. Dr. Bernhard Holaubek
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Andreas Krüger, Prof. Dr. Bernhard Holaubek
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	--
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit und Präsentation
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
17.1 Logistics Processes in SAP	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	17.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich / Once a year
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Bernhard Holaubek
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	--
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	There are two individual grades in this part of the module: Individual grade 1: 20-minute mid-term presentation (40%) Individual grade 2: written seminar paper to be delivered by the end of the semester (60%)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • Participants will know and understand the central integration points of business processes with the core logistic modules and processes of a company and the design options (customizing) of such systems. They will practice and implement this using S/4 HANA as an example. They understand the role of key logistic organizational units and master data objects in this context such as plants, BOM and routing. • Students will be able to develop individual special topics independently and, in collaboration with “(virtual) users from the specialist areas”, implement selected topics into concrete solutions. Particular attention is paid to the ability to transform technical topics into concrete IT-technical solution approaches. The participant must therefore demonstrate that they are able to independently apply the theoretical knowledge imparted in the first part of the event using exemplar practical logistic problems in the second part of the event. They particularly understand the importance of integrating logistical processes like procurement, production or maintenance with the accounting processes in SAP S/4 HANA. 	
Inhalte der Lehrveranstaltung	In addition to the introductory consideration of basic approaches from the area of operational standard software (history, system types, options for intervention in the system design,...), various key logistical topics (e.g. from the areas of materials management, production and maintenance) are selected. An introduction to a specific operational standard system (in our case SAP) is given. On the basis of the knowledge acquired in this way about dealing with the example system used, individual project groups (moderated by the lecturer and, if necessary, in collaboration with “subject specialists” from other departments) will then develop concrete IT-technical solutions to individual business problems and present

	them in the form of functional prototypes in the available S/4HANA system. The prototypes are located in the maintenance environment due to the possibility of solving corresponding logistical sub-problems. The prototypes created in this way must be presented in the form of a presentation and subjected to critical consideration.
Lehr- und Lernmethoden	Lecture and exercise
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Hands-on training with the latest SAP solutions
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Vishal Khandalkar/Falguni Thompson/Guillermo B. Vazquez: Logistics with SAP S/4HANA: Rheinwerk Verlag GmbH, 2022 • Karl Liebstückel: Instandhaltung mit SAP S/4HANA – Customizing: Rheinwerk Verlag GmbH, 2020
17.2 Managing Finance Processes in SAP	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	17.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich / Once a year
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Andreas Krüger
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	--
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	There are two individual grades in this part of the module: Individual grade 1: 20-minute mid-term presentation (40%) Individual grade 2: written seminar paper to be delivered by the end of the semester (60%)
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<ul style="list-style-type: none"> • Participants will understand the central integration points of business processes with the core financial modules and processes of a company. They will understand the role and setup of the main organizational structures in an integrated ERP system based on the characteristics and reporting requirements of a company. They will practice and implement this using S/4 HANA as an example. They understand the role of key organizational units such as cost centers, profit centers or segments. • Students know and understand the various processes of external accounting and their connection 	

<p>to the internal accounting processes as they occur in traditional companies. They are familiar with the specific requirements of international companies regarding necessary finance processes and can plan the resulting implementation tasks. They particularly understand the importance of integrating logistical processes like purchasing or sales with the accounting processes in SAP S/4 HANA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Students are capable of identifying optimization and automation potentials in accounting processes and developing solution proposals. They learn to create financial reports and interpret them in the context of corporate management. 	
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<p>After an introduction to the most important components of a modern finance application in an integrated ERP system, the structural setup of external accounting based on key characteristics of a company is discussed. The seminar groups then take over the responsibility of setting up a part of an integrated process between logistical modules and the central finance module of SAP S/4HANA. They have access to a SAP system with demo content, in which they can practice and experience the SAP standard functionality. Each group will first understand the business processes and how they are implemented in SAP S/4HANA standard, before transferring this knowledge into the design of a solution for a sample company.</p>
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Lecture and exercise</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<p>Hands-on training with the latest SAP solutions</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<p>Jonas Tritschler/Stefan Walz/Reinhard Rupp/Nertila Mucka: Financial Accounting with SAP S/4HANA: Business User Guide, 2019 Thomas Kunze/Daniela Reinelt/Kathrin Schmalzing: SAP S/4HANA Finance – Customizing: FI/CO erfolgreich implementieren, 2020</p>

18 Negotiations within an International Surrounding	
Modul-Nr./ Code	18
Modulbezeichnung	Negotiations within an International Surrounding
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	18.1 Mastering Negotiation Strategies: Psychological and Tactical Approaches 18.2 Intercultural Dynamics and Applied Negotiation Practices
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Claudia Christine Heitmann
Name der/des Hochschullehrer/s	Claudia Christine Heitmann
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 110 h Präsenzzeit und 190 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Exam study paper & project work
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
18.1 Mastering Negotiation Strategies: Psychological and Tactical Approaches	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	18.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Claudia Christine Heitmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 55 h Präsenzzeit und 95 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Exam study paper & project work
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<i>a. Fachkompetenz - Wissen</i>	<p>Students acquire in-depth knowledge of negotiation theories and strategies, focusing on psychological and tactical aspects. They understand:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Harvard Negotiation Concept and its principles. • The importance of anchoring, BATNA, and ZOPA/NOPA. • Questioning techniques and active listening as essential negotiation tools. • The DiSG model for adapting to different negotiation personalities. • The role of psychological influence in negotiations, including biases and cognitive effects.
<i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i>	<p>Students can apply their knowledge to systematically prepare, conduct, and evaluate negotiations. This includes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preparing for complex business negotiations in structured and strategic ways. • Using different negotiation strategies and tactics effectively in various contexts. • Extracting lessons learned from past negotiations and applying them to future cases. • Comparing different research methods described in scientific papers. • Presenting research processes and findings of negotiation-related studies. • Critically evaluating research studies and their results • Outlining possible key aspects for future research in negotiation science.

<p>c) <i>Personale Kompetenz - Sozialkompetenz</i></p>	<p>Through group work, presentations, and role plays, students improve their ability to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Work effectively in teams and handle different negotiation styles. • Communicate persuasively and apply negotiation tactics in a business environment. • Recognize and use different theories in complex face-to-face negotiations within an international business context.
<p>d) <i>Personale Kompetenz - Selbstständigkeit</i></p>	<p>Students develop the ability to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prepare and lead professional negotiations, both individually and within a team. • Analyze and reflect on negotiation performances for self-improvement. • Take responsibility for their negotiation strategies and outcomes.
<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Focus on psychological and tactical aspects of negotiation 2. Theories: Harvard Negotiation Concept, Anchoring, BATNA, ZOPA/NOPA 3. Application of questioning techniques, active listening, and argumentation strategies 4. Influence of personality types (DISG model) on negotiation styles 5. Practical implementation through case studies, role plays, and feedback sessions
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Case studies; presentations of practical cases; analysis of scientific essay and its presentation</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<p>Practical face-to-face session with mandatory presence with group work</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dauth, G. „Professionell verhandeln mit DISG – Mit dem Persönlichkeitsprofil zum Top-Verhandler“; 2019 Weinheim, 2. Aufl.; Wiley-VCH Verlag & Co. • Fisher, R.; Ury, W; Patton, B. „Das Harvard-Konzept – Die Unschlagbare Methode für Verhandlungsergebnisse“; 2021 München, 6. Aufl.; Penguin Random House • Fisher, R.; Ury, W; Patton, B. „Getting to YES – Negotiating Agreement without giving in“; 2011 New York, 3rd Edition; Penguin Group • Fisher, R.; Shapiro, D. „Beyond Reasons: Using Emotions As You Negotiate“ / „Erfolgreich verhandeln mit Gefühl und Verstand“; (2005). Campus Verlag • Kahnemann, D. „Schnelles Denken, Langsames Denken“; 2011 München, 21. Aufl.; Siedler Verlag

	<ul style="list-style-type: none"> • Mnookin, R. H. „Verhandeln mit dem Teufel – Das Harvard-Konzept für die fieseren Fälle“; 2011 Frankfurt am Main, Campus Verlag • Nasher, J. „Deal – Du gibst mir, was ich will!“; 2015 München, 14. Aufl.; Wilhelm Goldmann Verlag • Voss, C.; Raz, T. „Kompromisslos Verhandeln – Die Strategien und Methoden des Verhandlungsführers des FBI“; 2022 München, 6 Aufl.; Redline Verlag
<p>18.2 Intercultural Dynamics and Applied Negotiation Practices</p>	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	18.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Claudia Christine Heitmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 h Gesamt-Workload, davon 55 h Präsenzzeit und 95 h Vor- und Nacharbeit Zuhause und im Team
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Exam study paper & project work
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
a) <i>Fachkompetenz - Wissen</i>	<p>Students acquire deep insights into the impact of cultural differences on negotiation processes. They understand:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The influence of intercultural factors (e.g., Hofstede’s dimensions) on negotiation strategies. • The importance of balancing task- and relationship-oriented approaches in different cultures. • Sach- vs. Beziehungsebene (task vs. relationship level) in negotiations across cultures. • The role of high- and low-context communication styles in international business interactions.

<p><i>b) Fachkompetenz - Fertigkeiten</i></p>	<p>Students gain the ability to apply their knowledge in real-world negotiations by:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Focusing on intercultural and personal specialties in negotiations. • Distinguishing between intercultural and personal behavior in international business. • Analyzing scientific papers based on methods, goals, and results. • Applying theoretical frameworks to practical negotiation cases with an intercultural perspective. • Critically engaging with academic literature and empirical findings. • Additionally, students will: • Analyze and present a scientific research paper related to negotiation. • Develop skills in academic research, critical thinking, and structured argumentation. • Compare different research methodologies and assess their validity and applicability. • Examine scientific studies on gender differences in negotiation behavior, evaluating how men and women may approach negotiations differently in terms of strategy, assertiveness, and outcomes. • Investigate the impact of negotiation formats (face-to-face vs. remote negotiations) by analyzing research on how communication channels influence negotiation dynamics, trust-building, and decision-making.
<p><i>c) Personale Kompetenz - Sozialkompetenz</i></p>	<p>Students refine their ability to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Navigate complex international business negotiations with sensitivity to cultural differences. • Effectively collaborate in diverse teams and handle culturally diverse negotiation counterparts. • Manage conflicts in cross-cultural settings using adaptive communication techniques.
<p><i>d) Personale Kompetenz - Selbstständigkeit</i></p>	<p>Students develop:</p> <ul style="list-style-type: none"> • The ability to approach intercultural negotiations independently and strategically. • A strong awareness of their own cultural biases and negotiation styles. • Confidence in applying negotiation theories to real-world cases. • Competence in presenting and defending academic findings in a structured and analytical manner.

<p>Inhalte der Lehrveranstaltung</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Focus on intercultural aspects and applied negotiation techniques 2. Theories: Hofstede’s cultural dimensions, task- vs. relationship-oriented negotiation 3. Scientific analysis of gender differences in negotiation behavior 4. Examination of face-to-face vs. remote negotiations 5. Development of research and critical thinking skills through academic paper analysis 6. Application in practical exercises, role plays, and team discussions
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Case studies; presentations of practical cases; analysis of scientific essay and its presentation</p>
<p>Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)</p>	<p>research study presentations (remote)</p>
<p>Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Bowles, Hannah Riley; Babcock, Linda; Lai, Lei (2007). <i>Social incentives for gender differences in the propensity to initiate negotiations: Sometimes it does hurt to ask.</i> In: <i>Organizational Behavior and Human Decision Processes</i>, 103(1), 84–103. • Bowles, Hannah Riley; Babcock, Linda (2013). <i>How Can Women Escape the Compensation Negotiation Dilemma? Relational Accounts Are One Answer.</i> In: <i>Psychology of Women Quarterly</i>, 37(1), 80–96. • Demiral, Elif E.; Addley, Macie; Taylor, Erin (2025). <i>Closing the gender negotiation gap: The power of entitlements.</i> In: <i>Journal of Economic Psychology</i>, 106, 102786. • Galin, Amira; Gross, Miron; Gosalker, Gavriel (2007). <i>E-negotiation versus face-to-face negotiation: What has changed – if anything?</i> In: <i>Computers in Human Behavior</i>, 23, 787–797. • Geiger, Ingmar; Salmen, Andreas; Zerres, Alfred (2024). <i>Is the buyer really king? A meta-analysis of the buyer advantage in sales negotiation.</i> In: <i>Industrial Marketing Management</i>, 123, 372–385. • Gelfand, Michele J.; Dyer, Naomi (2000). <i>A Cultural Perspective on Negotiation: Progress,</i>

	<p><i>Pitfalls, and Prospects.</i> In: <i>Applied Psychology: An International Review</i>, 49(1), 62–99.</p> <ul style="list-style-type: none">• Gelfand, Michele J.; Brett, Jeanne; Gunia, Brian C.; Imai, Lynn; Huang, Tsai-Jung; Hsu, Bi-Fen (2013). <i>Toward a Culture-by-Context Perspective on Negotiation: Negotiating Teams in the United States and Taiwan.</i> In: <i>Journal of Applied Psychology</i>, 98(3), 504–513.• Graham, John L.; Hernández Requejo, William (2009). <i>Managing Face-To-Face International Negotiations.</i> In: <i>Organizational Dynamics</i>, 38(2), 167–177.• Haselhuhn, Michael P.; Wong, Elaine M.; Ormiston, Margaret E.; Inesi, M. Ena; Galinsky, Adam D. (2014). <i>Negotiating face-to-face: Men's facial structure predicts negotiation performance.</i> In: <i>The Leadership Quarterly</i>, 25, 835–845.• Stuhlmacher, Alice F.; Citera, Maryalice; Willis, Toni (2007). <i>Gender Differences in Virtual Negotiation: Theory and Research.</i> In: <i>Springer Science + Business Media</i>.• Tuncel, Ece; Kong, Dejun Tony; McLean Parks, Judi; van Kleef, Gerben A. (2020). <i>Face threat sensitivity in distributive negotiations: Effects on negotiator self-esteem and demands.</i> In: <i>Organizational Behavior and Human Decision Processes</i>, 161, 255–273.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

19 Project Management	
Modul-Nr./ Code	19
Modulbezeichnung	Project Management
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	19.1 Project Management Frameworks & Methodologies 19.2 Project Execution & Agile Collaboration
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Dr. Sarah-Mira Ruder
Name der/des Hochschullehrer/s	Dr. Sarah-Mira Ruder
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 h Gesamt-Workload, davon 120 h Präsenzzeit 180 h häusliche Vor- und Nacharbeit, Projektarbeit
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: Erfolgreiche Abgabe eines Projektantrags inkl. Zeitplan und Tool Auswahl sowie zwei Kurz-Präsentationen und einer Abschluss Präsentation.
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,11%
Qualifikationsziele des Moduls	Siehe Teilmodule
Inhalte des Moduls	Siehe Teilmodule
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Siehe Teilmodule
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Siehe Teilmodule
Literatur	Siehe Teilmodule
19.1 Project Management Frameworks & Methodologies	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	19.1
Semester/Trimester	Semester

Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Dr. Sarah-Mira Ruder
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Workload: 56 UE Kontaktzeit: 16 UE (Vorlesungen, Übungen, Präsentationen) Selbststudium: 40 UE (Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: Erfolgreiche Abgabe eines Projektantrags inkl. Zeitplan und Tool Auswahl.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<p>After completing the course, students will be able to</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analyse and apply different project management frameworks and methods • Evaluate the use of agile, hybrid and classic approaches • Use project management tools in a targeted manner to manage and control projects • Identify challenges in practice and develop suitable solutions 	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to future-orientated project management 2. Project initiation and project planning 3. Project implementation and project completion 4. Agile methods and hybrid approaches
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Lectures with interactive discussions • Group work with practical applications • Case studies
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Practice-orientated case studies
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Kerzner, H. (2022). <i>Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling</i>. Wiley. • PMI (2021). <i>A guide to the project management body of knowledge (PMBOK guide)</i>, 7th edition. Project Management Institute.

19.2 Project Execution & Agile Collaboration	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	19.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Dr. Sarah-Mira Ruder
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Workload: 56 UE Kontaktzeit: 16 UE (Vorlesungen, Übungen, Präsentationen) Selbststudium: 40 UE (Vor- und Nachbereitung, Projektarbeit)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsstudienarbeit Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten: Zwei Kurz-Präsentationen und eine Abschluss Präsentation.
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
After completing the course, students will be able to <ul style="list-style-type: none"> • Manage and execute projects efficiently • Apply agile methods in practice • Promote and effectively organise collaboration in agile teams • Overcome challenges in agile project implementation 	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Digitalisation and project management 4.0 • International project management • Project management vision 2030
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Interactive lectures • Group work with agile methods • Practical case studies
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	Practice-orientated case studies
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • PMI (2024). Pulse of the profession: Future of project work. • Schwaber, K., & Sutherland, J. (2020). The scrum guide.

20 Artificial Intelligence in Business	
Modul-Nr./ Code	20
Modulbezeichnung	Artificial Intelligence in Business
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	20.1 Understanding Human-AI Collaboration: Challenges and Opportunities 20.2 Perspectives on AI in Business
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Carolin Fleischmann Tilman Nols
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Carolin Fleischmann Tilman Nols
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	300 hours total workload: 100 hours in class (online and in-person) 200 hours independent study
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	project work and exam
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	10 von 90 ECTS = 11,1%
Qualifikationsziele des Moduls	See modules 20.1 and 20.2
Inhalte des Moduls	See modules 20.1 and 20.2
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	See modules 20.1 and 20.2
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	See modules 20.1 and 20.2
Literatur	See modules 20.1 and 20.2
20.1 Understanding Human-AI Collaboration: Challenges and Opportunities	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	20.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul

Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Tilman Nols
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	<ul style="list-style-type: none"> • 30% Independent Study • 70% Contact time (online & in-class)
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	50% Exam 50% Group Project Work
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<p>Understanding the facets and implications of Industry 4.0 including Artificial Intelligence (AI) on society and organizations</p> <p>Understanding the challenges and opportunities of Human-AI collaboration across various contexts and multi-disciplinary perspectives</p> <p>Navigating and managing AI-driven business transformations focusing on well-being and performance</p> <p>Navigating socio-and technical intervention strategies to improve Human-AI collaboration using holistic and multi-level approaches</p>	
Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Industry 4.0 from a Large-Scale Holistic Perspective Reviewing the 4th industrial revolution and its impact on society (e.g., change of jobs, innovation) and organizations (e.g., skills, HR), to understand the relevance of holistic perspectives. 2. Human-AI Interaction: A Critical Review and Practical Examples Diving into human factors, organizational psychology and computer science to grasp the theoretical basics of human-AI interaction and its most common pitfalls. 3. Socio-Technical Intervention Strategies to Improve Human-AI Interaction Navigating both technology (e.g., transparency) and socio (e.g., training, trust) influences on human-AI interaction to improve performance. 4. Leadership And Change In A Digital Era Understanding the critical but changing and evolving role of leadership in digital transformations related to Industry 4.0. 5. Human-AI Teams Reviewing current state-of-the-art literature on human-AI teams, their differences to classical human-AI interaction, as well as their strengths and weaknesses.

	<ul style="list-style-type: none"> • Ethics, AI, and its Impact on the Quality of Life Learning about the importance of responsible and ethical AI and understanding the implications of Industry 4.0 for the well-being of human (workers).
Lehr- und Lernmethoden	<ul style="list-style-type: none"> • Lectures • Academic Literature • Case Studies • Group Assignment (Pitch & Report) • Exam (Multiple-Choice)
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • At least one guest speaker is confirmed • Online Lectures during the week
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	Articles distributed in class
20.2 Perspectives on AI in Business	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	20.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Carolin Fleischmann
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	150 hours total workload: 50 hours in class (online and in-person) 100 hours independent study
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Project Work
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<p>After completing this module, students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Critically evaluate current developments in AI for business • Assess AI's impact on different industries (e.g. technology, health care, real estate, entrepreneurship, etc.) and business functions (e.g. marketing, finance, HR, etc.) • Professionally use AI tools in business • Practice collaboration, communication and leadership in teams • Present complex solutions in an engaging and persuasive manner 	

Inhalte der Lehrveranstaltung	<ol style="list-style-type: none">1. AI and the future of business2. Current developments in AI3. AI's impact on different industries4. AI's impact on business functions5. High impact AI tools for business
Lehr- und Lernmethoden	Class discussions, presentations, class blogs, seminar
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gast sprecher etc.)	Online discussions, guest speakers
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Current research and news articles on AI in business

21 Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains	
Modul-Nr./ Code	21
Modulbezeichnung	Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains
Semester oder Trimester	Semester
Dauer des Moduls	1 Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Wahl
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	21.1 Theory Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains 21.2 Tutorial Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Einmal jährlich
Zugangsvoraussetzungen	Keine spezifischen Voraussetzungen
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	keine
Modulverantwortlicher/ Modulverantwortliche	Prof. Dr. Maik Steinmetz
Name der/des Hochschullehrer/s	Prof. Dr. Maik Steinmetz
Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	10
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Presence: 120 h Self-study: 180 h Total: 300 h
SWS	8
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
Siehe unten	
Inhalte der Lehrveranstaltung	The content of the module "Circular Economy and Closed-Loop Supply Chains" focuses on understanding and applying the principles of circular economy in the context of supply chain management. The module explores the concept of a circular economy, which aims to minimize resource consumption, reduce waste generation, and create a regenerative and sustainable economic system. It also delves into closed-loop supply

	chains, which enable the efficient reuse, remanufacturing, and recycling of products and materials.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	--
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	Die Vorlesung und Übung werden durch Gastvorträgen aus der Praxis unterstützt.
Literatur	--

21.1 Theory Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains

Nr./ Code der Lehrveranstaltung	21.1
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Maik Steinmetz
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Presence: 60 h Self-study: 90 h Total: 150 h
SWS	4
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%

Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung

Students should be able to:

1. Demonstrate a comprehensive understanding of the principles and concepts of a circular economy.
2. Explain the key components and benefits of closed-loop supply chains.
3. Understand the environmental, economic, and social implications of transitioning to a circular economy.
4. Describe the role of design for circularity in product development and its impact on closed-loop supply chains.
5. Identify different strategies and technologies for material recovery, recycling, and upcycling in a circular economy.
6. Analyze the challenges and opportunities associated with implementing closed-loop supply chains and circular economy practices.
7. Recognize the role of policy frameworks and regulations in promoting and supporting the transition to a circular economy.
8. Critically evaluate case studies and examples of successful circular economy initiatives and closed-loop supply chain implementations.

By achieving these knowledge-based learning outcomes, students will have a solid understanding of the theoretical foundations and key concepts related to circular economy and closed-loop supply chains. They will be equipped with the necessary knowledge to analyze,

evaluate, and contribute to the development and implementation of sustainable practices in various industries.	
Inhalte der Lehrveranstaltung	The content of the module "Circular Economy and Closed-Loop Supply Chains" focuses on understanding and applying the principles of circular economy in the context of supply chain management. The module explores the concept of a circular economy, which aims to minimize resource consumption, reduce waste generation, and create a regenerative and sustainable economic system. It also delves into closed-loop supply chains, which enable the efficient reuse, remanufacturing, and recycling of products and materials.
Lehr- und Lernmethoden	Vorlesung, Gruppenarbeiten sowie Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	--
Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none"> • Lacy, Peter ; Long, Jessica ; Spindler, Wesley: The Circular Economy Handbook : Realizing the Circular Advantage. Singapore: Springer Nature, 2019.-ISBN 978-1-349-95968-6. S. 1-350 • Zeng X, Ogunseitan OA, Nakamura S, et al. Reshaping global policies for circular economy. Circular Economy, 2022, 1(1): 100003. https://doi.org/10.1016/j.cec.2022.100003 • Ferguson, Mark E. ; Souza, Gilvan C.: Closed-Loop Supply Chains : New Developments to Improve the Sustainability of Business Practices. Boca Raton, Fla: CRC Press, 2010.-ISBN 978-1-420-09526-5. S. 1-257
21.2 Tutorial Circular Economy & Closed-Loop Supply Chains	
Nr./ Code der Lehrveranstaltung	21.2
Semester/Trimester	Semester
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht im Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebots der Lehrveranstaltung	Einmal jährlich
Name des Hochschullehrers	Prof. Dr. Maik Steinmetz
Unterrichts-/Lehrsprache	Englisch
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	5
Workload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	Presence: 60 h Self-study: 90 h Total: 150 h
SWS	4

Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Schriftliche Prüfung am Ende des Semesters
Gewichtung der Note in der Modulgesamtnote	50%
Qualifikationsziele der Lehrveranstaltung	
<p>Students should be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demonstrate a comprehensive understanding of the principles and concepts of a circular economy. 2. Explain the key components and benefits of closed-loop supply chains. 3. Understand the environmental, economic, and social implications of transitioning to a circular economy. 4. Describe the role of design for circularity in product development and its impact on closed-loop supply chains. 5. Identify different strategies and technologies for material recovery, recycling, and upcycling in a circular economy. 6. Analyze the challenges and opportunities associated with implementing closed-loop supply chains and circular economy practices. 7. Recognize the role of policy frameworks and regulations in promoting and supporting the transition to a circular economy. 8. Critically evaluate case studies and examples of successful circular economy initiatives and closed-loop supply chain implementations. <p>By achieving these knowledge-based learning outcomes, students will have a solid understanding of the theoretical foundations and key concepts related to circular economy and closed-loop supply chains. They will be equipped with the necessary knowledge to analyze, evaluate, and contribute to the development and implementation of sustainable practices in various industries.</p>	
Inhalte der Lehrveranstaltung	The content of the module "Circular Economy and Closed-Loop Supply Chains" focuses on understanding and applying the principles of circular economy in the context of supply chain management. The module explores the concept of a circular economy, which aims to minimize resource consumption, reduce waste generation, and create a regenerative and sustainable economic system. It also delves into closed-loop supply chains, which enable the efficient reuse, remanufacturing, and recycling of products and materials.
Lehr- und Lernmethoden	Gruppenarbeiten sowie Fallstudien
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastsprecher etc.)	--

Empfohlene Literaturliste (Lehr- und Lernmaterialien, Literatur)	<ul style="list-style-type: none">• Lacy, Peter ; Long, Jessica ; Spindler, Wesley: The Circular Economy Handbook : Realizing the Circular Advantage. Singapore: Springer Nature, 2019.-ISBN 978-1-349-95968-6. S. 1-350• Zeng X, Ogunseitan OA, Nakamura S, et al. Reshaping global policies for circular economy. Circular Economy, 2022, 1(1): 100003. https://doi.org/10.1016/j.cec.2022.100003• Ferguson, Mark E. ; Souza, Gilvan C.: Closed-Loop Supply Chains : New Developments to Improve the Sustainability of Business Practices. Boca Raton, Fla: CRC Press, 2010.-ISBN 978-1-420-09526-5. S. 1-257
---------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Masterthesis	
Modul-Nr./ Code	--
Modulbezeichnung	Masterthesis
Semester oder Trimester	Sommer- oder Wintersemester
Dauer des Moduls	6 Monate nach Ausgabe
Art der Lehrveranstaltung (Pflicht, Wahl, etc.)	Pflicht
Ggfs. Lehrveranstaltungen des Moduls*	--
Häufigkeit des Angebots des Moduls	Jedes Semester
Zugangsvoraussetzungen	Erreichung von mind. 30 ECTS aus den Vorsemestern und Erreichung des 3. Studienseesters
Verwendbarkeit des Moduls für andere Studiengänge	--
Modulverantwortung	Studiengangleitung, Prof. Dr. Bettina Schiessler
Name der/des Hochschullehrer/s	2 Dozenten, mind. 1 Dozent ist hauptamtlicher Professor der TH Ro und des Kollegiums der BW-Fakultät
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch (Zusammenfassung in deutscher Sprache zwingend)
Zahl der zugeteilten ECTS-Credits	30
Gesamtworkload und ihre Zusammensetzung (z.B. Selbststudium + Kontaktzeit)	900 h Gesamt-Workload
SWS	--
Art der Prüfung/ Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	benotete, schriftliche Dokumentation + Verteidigung/ mündliche Prüfung
Gewichtung der Note in der Gesamtnote	30 von 90 ECTS = 33,3%
Qualifikationsziele des Moduls	Der Studierende weist folgende Qualifikationen im Rahmen des vorgegebenen Themas nach:
Inhalte des Moduls	Praktisch und / oder theoretisch orientierte, wissenschaftliche Arbeit aus dem Bereich Betriebs-, Volkswirtschaft oder Führung.
Lehr- und Lernmethoden des Moduls	Selbständiges, wissenschaftliches Erarbeiten von Lösungen für eine vorgegebene Themenstellung
Besonderes (z.B. Online-Anteil, Praxisbesuche, Gastvorträge, etc.)	--
Literatur	Abhängig vom Thema