

**Fakultät 1 - Wirtschaftswissenschaften /
School of International Business**

Business Management (BM) M.A.

Modulhandbuch

Drei Semester

Stand: September 2023

Inhalt

Modul 1.1 Komplexes Entscheiden	1
Modul 1.2 Unternehmensführung	3
Modul 1.3 Business Analytics	5
Modul 1.4 Wissenschaftliche Forschungsmethoden	7
Modul 1.5 Globalisierung, Kapitalmärkte und Politik	9
Modul 2.1 Strategisches Marketing	11
Modul 2.2 Unternehmensgründung	13
Modul 2.3 Strategisches Management	15
Modul 2.4 Transformationsprozesse	17
Modul 2.5 Sanierung und Insolvenz	19
Modul 3.1 Corporate Finance	21
Modul 3.2 Change Management	23
Modul 3.3 Master Thesis	25

Schwerpunkt I: Entrepreneurship and Business Development:

1. Unternehmensgründung (Modul 2.2)
2. Strategisches Management (Modul 2.3)

Schwerpunkt II: Corporate Finance and Growth

1. Transformationsprozesse (Modul 2.4)
2. Corporate Finance (Modul 3.1)

Schwerpunkt III: Corporate Change and Corporate Recovery

1. Sanierung und Insolvenz (Modul 2.5)
2. Change Management (Modul 3.2)

Modul 1.1 Komplexes Entscheiden

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Christian Fieberg		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			

Lernergebnisse:

Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...

Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)

- die Bedeutung strategischen Denkens und Handelns für das Treffen von Entscheidungen in komplexen Situationen zu erkennen und zu verdeutlichen;
- die grundlegenden Entscheidungsprobleme unter Sicherheit und Unsicherheit zu beschreiben und darzustellen;
- die Grundzüge der normativen und deskriptiven Entscheidungstheorie zu benennen und zu beschreiben.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)

- Entscheidungsprobleme mit entsprechenden Hilfsmitteln, wie Entscheidungsfeldern, -tabellen und/oder -bäumen, darzustellen und diese Hilfsmittel auf neue Situationen anzuwenden;
- komplexe Entscheidungsprobleme zu strukturieren, Lösungsvorschläge zu evaluieren und eigene Problemlösungsalgorithmen zu konstruieren;
- relevante Planungs- und Analysetechniken in Kenntnis ihrer Stärken und Schwächen auf verschiedene Situationen anzuwenden.

Kommunikation und Kooperation

- in Kleingruppen komplexe Entscheidungsprobleme zu analysieren, zu diskutieren und gemeinsam eigene Problemlösungsansätze zu generieren;
- eine wissenschaftlich fundierte Präsentation zu erarbeiten und die Ergebnisse im Kurs fachgerecht zu diskutieren;
- zu Präsentationen anderer Studierendengruppen mit einem Diskussionsbeitrag ein konstruktives Feedback zu geben.

Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität

- wissenschaftliche Studien im Bereich der Entscheidungstheorie kritisch zu hinterfragen und zu überprüfen;
- die Rolle des eigenen Berufsfeldes im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang einzuschätzen.

Lehrinhalte:

- Nutzen normativer und deskriptiver betriebswirtschaftlicher Entscheidungstheorie in komplexen (systemischen) Entscheidungssituationen im öffentlichen und im privatwirtschaftlichen Sektor
- Formale Techniken und deren Anwendung auf konkrete Entscheidungssituationen
- Normative Entscheidungstheorie
- Normative Entscheidungstheorie unter Sicherheit
- Normative Entscheidungstheorie unter Unsicherheit
- Normative Entscheidungstheorie unter Unsicherheit mit Berücksichtigung nicht-monetärer Ziele
- Ökonomische Vertragstheorie („Prinzipal-Agenten-Theorie“)
- Deskriptive Entscheidungstheorie
- Typische Entscheidungsanomalien und Umgang mit diesen
- Kahneman/ Tversky Prospect Theory
- Gruppenentscheidungen
- Kontinuierliches Bearbeiten von Fallstudien durch Studierende

Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Komplexes Entscheiden	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	R oder PF

Modul 1.2 Unternehmensführung

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Ulrich Kuron		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ normative, strategische und operative Dimensionen der Unternehmensführung wiederzugeben und zu erläutern; ▪ grundlegende Modelle der Unternehmensführung zu beschreiben und zu unterscheiden; ▪ die kontextbedingte/ systemische Dimension der Unternehmensführung zu verstehen und in ihrer Struktur zu erklären; ▪ Konzepte der Persönlichkeitsentwicklung und Selbstführung zu verstehen und zu unterscheiden; ▪ den Einfluss der Digitalisierung und Unterschiede in den Erwartungen der Generationen als Herausforderungen der Unternehmensführung zu erkennen und zu abstrahieren. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chancen, Herausforderungen und Rahmenbedingungen der Unternehmensführung zu beurteilen; ▪ Möglichkeiten und Grenzen von Modellen der Unternehmensführung zu analysieren und zu reflektieren; ▪ die Reichweite und Anwendbarkeit unterschiedlicher Steuerungsmodelle der Unternehmensführung zu hinterfragen und zu bewerten, insbesondere auch im Hinblick auf Digitalisierung und hybrides Arbeiten; ▪ persönliche Denkmodelle als Handlungsgrundlage in der Unternehmensführung in ihrer Reichweite zu analysieren und zu bewerten. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuelle Entwicklungen und Trends im Bereich der Unternehmensführung (u.a. mit Blick auf die Digitalisierung und die systemische Perspektive) einzuschätzen; ▪ eine wissenschaftlich fundierte Präsentation zu erarbeiten und die Ergebnisse fachgerecht vorzustellen und zu diskutieren; ▪ zu Präsentationen anderer Studierendengruppen mit einem Diskussionsbeitrag ein konstruktives Feedback zu geben. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ wissenschaftliche Ansätze zur Unternehmensführung kritisch zu hinterfragen und zu replizieren. ▪ einen Bezug zwischen wissenschaftlichen Führungstheorien und deren Anwendung im Führungsalltag zu entwickeln. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterschiedliche Modelle der Unternehmensführung und ihre Grundlagen ▪ Unternehmensführung im Kontext der Digitalisierung ▪ Unterschiede zwischen den Generationen in den Erwartungen an Unternehmensführung ▪ Systemtheorie als theoretische Basis von Unternehmensführung ▪ Systemische Strategien der Unternehmensführung ▪ Ressourcenbasierte Strategien im Personalmanagement und in der Ausgestaltung von Führung 			
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Unternehmensführung	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	R

Modul 1.3 Business Analytics

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Stefan Veith		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden und Rahmenbedingungen datenbasierter betriebswirtschaftlicher Analysen wiederzugeben und zu erläutern; ▪ die grundlegenden Funktionen des Rechnungswesens und ihre Wirkung auf Wirtschaftssubjekte zu beschreiben und darzustellen; ▪ die Grundzüge der normativen und positiven Theorie des Rechnungswesens zu benennen und zu beschreiben. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daten des Rechnungswesens in geeigneter Weise für die Datenanalyse aufzubereiten; ▪ uni- und multivariate empirische Forschungsmethoden bedarfsgerecht in Datenanalyse-Werkzeugen zu planen und in Bezug auf ein praktisches Beispiel anzuwenden; ▪ die Ergebnisse der eigenen Datenanalyse vor dem Hintergrund der betriebswirtschaftlichen Theorie zu bewerten und zu interpretieren. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ in Kleingruppen bisherige Forschungsergebnisse zu diskutieren und auf dieser Grundlage gemeinsam Forschungsfragen bzw. -hypothesen zu entwickeln; ▪ Forschungsfragen gemeinsam in einem Praxisbeispiel anzuwenden und die eigenen Ergebnisse kritisch zu prüfen; ▪ wissenschaftliche Studien im Bereich der empirischen Rechnungswesensforschung und Business Analytics kritisch zu hinterfragen und zu replizieren; ▪ die Analyseergebnisse der eigenen Untersuchung und anderer Gruppen im Kurs professionell zu diskutieren und ein konstruktives Feedback zu entwickeln. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ einen Bezug zwischen wissenschaftlichen Theorien, datenanalytischer Anwendung und betriebswirtschaftlicher Problemlösung herzustellen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normative und positive Theorien des Rechnungswesens sowie Regulierung der Rechnungslegung ▪ Entscheidungsnützlichkeit und Wertrelevanz von Rechnungswesen ▪ Anwendung von Methoden der Business Analytics in Datenanalyse-Werkzeugen ▪ Formulierung eigener Forschungsfragen und -ansätze auf Basis vorheriger wissenschaftlicher Literatur ▪ Durchführung und Interpretation einer eigenen betriebswirtschaftlichen Analyse 			
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS		

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Business Analytics	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL, PF oder R

Modul 1.4 Wissenschaftliche Forschungsmethoden

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Armin Varmaz		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ den forschungslogischen Ablauf von der Gewinnung bis zur Beurteilung wissenschaftlicher Erkenntnisse zu erkennen und zu verstehen; ▪ qualitative Erhebungsmethoden zu verstehen und zu nutzen; ▪ unterschiedliche Typen von empirischen Daten zu verstehen, darzustellen und sachgerecht zu interpretieren („Data Literacy“); ▪ Modelladäquanz zu erkennen und zu erklären. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die verschiedenen Arten von Modellen, Daten und Datenquellen in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und artverwandten Lehrgebieten zu unterscheiden und einzuschätzen; ▪ qualitative Erhebungsmethoden anzuwenden und zu evaluieren; ▪ ökonomische Theorien auf ökonomische Modelle und Daten anzuwenden und die empirischen Ergebnisse zu interpretieren; ▪ aktuelle Methoden der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung zielgerichtet zu verwenden und diese auf Daten der volks- und betriebswirtschaftlichen Praxis mit besonderem Fokus auf die Nachhaltigkeit anzuwenden; ▪ multivariate Analysemethoden mit linearen und nichtlinearen (Regressions-) Modellen auf konkrete Fragestellungen anzuwenden; ▪ Forschungsfragen in Zusammenhang mit Aspekten der nachhaltigen Ökonomie und Entrepreneurship zu entwickeln. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuelle Entwicklungen und Trends im Bereich der wissenschaftlichen Forschungsmethoden (Experimente, Ökonometrie) zu diskutieren; ▪ Chancen, Herausforderungen und Rahmenbedingungen für Data Science zu diskutieren; ▪ eine wissenschaftlich fundierte Präsentation zu erarbeiten und die Ergebnisse fachgerecht vorzustellen und zu diskutieren; ▪ zu Präsentationen anderer Studierendengruppen mit einem Diskussionsbeitrag ein konstruktives Feedback zu geben. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ wissenschaftliche Studien im Bereich der Nachhaltigkeit und Entrepreneurship kritisch zu beurteilen und zu überprüfen; ▪ eigene empirische Fallstudien durchzuführen und Forschungsfragen im Bereich der Nachhaltigkeit und Entrepreneurship zu untersuchen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualitative und quantitative Forschungsmethoden der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ▪ Forschungsbezogene Anwendungen in der Volks- und Betriebswirtschaftslehre sowie Analyse und Interpretation der Ergebnisse 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Multivariate Analysemethoden mit linearen und nichtlinearen (Regressions-) Modellen, die in der Ökonometrie angewendet werden 				
Unterrichtssprache:		Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Diese Veranstaltung wird im Blended Learning-Format unterrichtet. Alle Lehr- und Lernmaterialien werden auf der Lernplattform AULIS bereitgestellt. Die Materialien umfassen u.a. Unterrichtsfilme, Lehrvideos, Übungsaufgaben, Quiz-Aufgaben, Diskussionsforen sowie Fallstudien.		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Wissenschaftliche Forschungsmethoden	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL, PF oder R

Modul 1.5 Globalisierung, Kapitalmärkte und Politik

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Mechthild Schrooten		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 1. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Daten zu internationalen Fragenstellung abzufragen, zu sammeln und dieses Wissen durch Hypothesenbildung zu verbinden; ▪ Internationale Kapitalmärkte und ihre Regulierung als ein Teil internationaler Verflechtung zu erläutern; ▪ die Bedeutung wirtschaftspolitischer Entscheidungen einzelner Staaten für die internationale Kooperation auf der Ebene von Unternehmen, Finanzintermediären, internationalen Organisationen und Staaten zu verstehen; ▪ Ansätze der Krisenbewältigung durch Kooperation und Diplomatie einzuschätzen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verbindung von Politik und Finanzmärkten modellgestützt zu diskutieren und zu analysieren; ▪ wissenschaftlich belastbare internationale Datensätze zu erstellen, einen Kongruenzabgleich vorzunehmen und Datensätze internationaler Organisationen auszuwerten; ▪ die Funktionsweise internationaler Organisationen zu analysieren ▪ traditionelle ökonomische Analysetechniken zum Hypothesentest anzuwenden ▪ wirtschaftspolitische Analysetools anzuwenden; ▪ qualitative Daten inhaltsanalytisch auswerten; ▪ geeignete Kombinationen von Forschungsmethoden für die jeweiligen Fragestellungen herauszuarbeiten; ▪ Transfer der Ergebnisse gegenüber der Lerngruppe vorzunehmen; ▪ teilweise mit neuen quantitativen und qualitativen Datensätzen und Informationen bestehende Fragestellungen zu analysieren. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ projektorientiert in Arbeitsgruppen zu arbeiten und Teilergebnisse (Milestones) zu kommunizieren; ▪ Kooperation als entscheidende Kommunikationstechnik zu begreifen und aktiv anzuwenden. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschungsergebnisse in der Gruppe, aber auch gegenüber einer breiteren Öffentlichkeit zu kommunizieren; ▪ sicher und zielgruppenorientiert Forschungsergebnisse auch in der wissenschaftlichen Community darzustellen; ▪ Professionalität bei Politikanalysen zu üben und zu vertiefen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zukunftsgestaltung durch wettbewerbsorientierte Strategien, sowie Kooperation und Kommunikation (Geld als Kommunikationsmittel, Kapitalmärkte als Anbieter von Infrastrukturleistungen) ▪ Innovative Sichtweise auf aktuelle Trends, Herausforderungen, Probleme und Krisen in der Bearbeitung von Fragen der internationalen Finanzkooperation, der Bedeutung von Regulierungen, internationalen Kooperationen und der vorhandenen theoretischen wie empirischen Analysen 			

<p>sowie Anwenden vorhandener Forschungsmethoden auf neuere Datensätze und Hinterfragen der Gültigkeit traditioneller Modelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fragen von Investment und Divestment gerade vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeitsdebatte ▪ Fragen von non-cash und Digitalisierung ebenso wie die Beurteilung des „Business Environment“, des globalen und politischen Umfelds betrieblicher Entscheidungsprozesse, der Internationalisierung der Finanzbeziehungen, der Zahlungsbilanzsituation, internationaler Finanzpositionen und internationale Interessen ausgewählter Industrie- und Entwicklungsländer ▪ Inhaltsanalyse nach Mayring ▪ Bedeutung von Unterschieden nationaler Finanzsysteme für die Unternehmensfinanzierung und internationale Kooperation, Wechselkurseffekte, internationale und europäische Finanzmarktintegration sowie deren Messbarkeit 				
Unterrichtssprache:		Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Globalisierung, Kapitalmärkte und Politik	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL oder HA

Modul 2.1 Strategisches Marketing

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Philip Maloney		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die konzeptionellen Grundlagen der strategischen Marketingplanung, insb. den Marketingplanungs- und den Informationsbeschaffungsprozess zu erklären; ▪ vorliegende Untersuchungsergebnisse zur Lösung eines konkreten Unternehmensproblems bezüglich der Eignung einzuschätzen und den strategischen Erfolg von Marketingstrategien in konkreten Marktsituationen zu beurteilen; ▪ das Vorgehen bei der Marktsegmentierung, der Bildung strategischer Geschäftseinheiten und der Positionierung zu definieren; ▪ den Planungsprozess und wesentliche Herausforderungen der internationalen Marktbearbeitung darzustellen und die Planung und Koordination absatzpolitischer Instrumente mit Blick auf die internationale Marktbearbeitung zu differenzieren und bezüglich ihrer Eignung zu bewerten. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ klassische Diagnosemethoden im Rahmen des strategischen Marketings zu erläutern und anzuwenden; ▪ die grundlegende Herangehensweise der wesentlichen Methoden der strategieorientierten Datenanalyse zu reproduzieren und in Bezug auf deren Stärken und Schwächen zu reflektieren; ▪ Entscheidungen bezüglich geeigneter Informationsbeschaffungsmaßnahmen in konkreten Marktsituationen bzw. bei konkreten Rahmenbedingungen zu treffen; ▪ die Durchführbarkeit instrumenteller Maßnahmen in konkreten Marktsituationen und geeigneter Testverfahren im Rahmen der Erfolgskontrolle zu beurteilen ▪ einen strategischen Marketingprozess für ein Unternehmen zu entwickeln. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketingstrategien kompetent und professionell zu präsentieren, zu diskutieren und fachlich zu vertreten; ▪ Teilprojekte im Rahmen des Strategischen Marketings in (Klein-)Gruppen effizient und sozial kompetent gemeinsam zu erarbeiten. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketingstrategien kritisch zu diskutieren und Feedback konstruktiv zu nutzen; ▪ eigenen Möglichkeiten und die eigene Rolle in einem professionellen strategischen Marketingprozess zu erkennen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vertiefender Einblick in die strategische Marketingplanung, die strategieorientierte Marktforschung und das Marketing international tätiger Unternehmen ▪ Generische Marketingstrategien und strategische Marketingentscheidungen auf nationalen und internationalen Märkten sowie im Dienstleistungs- und Handelsbereich ▪ Alternative Verfahren strategischer Marketingplanung (Methoden der Datenanalyse in der Marktforschung) mit Blick auf Marktauswahl- und Marktbearbeitungsstrategien 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Strategische Optionen auf der Grundlage von Marktanalysen und strategischen Planungskonzepten wie Stärken-Schwächen-, Chancen-Gefahren- und SWOT-Analysen sowie Frühaufklärungssystemen, Szenario-, Branchen-, Wertketten-, Lebenszyklus- und Portfolioanalysen ▪ Planungsprozess des internationalen Markteintritts sowie Planung und Koordination absatzpolitischer Instrumente im internationalen Kontext 				
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Strategisches Marketing	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL oder R

Modul 2.2 Unternehmensgründung

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Brita Schemmann		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ unterschiedliche Formen und Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmensgründung zu erklären; ▪ den Nutzen unterschiedlicher agiler Methoden und Prinzipien zur Entwicklung von Geschäftsideen zu erläutern. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formen und Umsetzungsmöglichkeiten der Unternehmensgründung zu bewerten sowie die damit verbundenen Herausforderungen und Problemstellungen zu analysieren; ▪ Geschäftsmodelle und Businesspläne mithilfe geeigneter Methoden und Prinzipien zu entwickeln; ▪ den Markt und die mögliche Konkurrenz für eine geplante Geschäftstätigkeit zu definieren und einzuschätzen; ▪ unterschiedliche Finanzierungswege und -möglichkeiten für eine mögliche Unternehmensgründung zu erkennen und abzuwägen; ▪ Ansätze zum Schutz einer Geschäftsidee zu entwickeln. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interviews zum Erkennen und Validieren von Kundenbedürfnissen, Lösungsansätzen und Werteversprechen zu führen und auszuwerten; ▪ eine Geschäftsidee zielgruppengerecht und überzeugend vorzustellen; ▪ eigene Netzwerke zu nutzen und aufzubauen, um unternehmerische Möglichkeiten zu erkennen und zu entwickeln. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ eigene Geschäftsideen und die Geschäftsideen anderer kontinuierlich und kritisch zu hinterfragen und Feedback konstruktiv zu nutzen; ▪ die eigenen Möglichkeiten und die eigene Rolle für die Entwicklung unternehmerischer Tätigkeit zu erkennen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Theoretische Grundlagen und unterschiedliche Ausprägungen von Entrepreneurship und Unternehmensgründungen ▪ (Agile) Prinzipien und Methoden zur Entwicklung und Validierung von Geschäftsideen (z.B. Effectuation, Design Thinking, Lean Startup) ▪ Werkzeuge zur Entwicklung von Werteverprechen und Geschäftsmodellen (z.B. Value Proposition Canvas, Business Model Canvas) ▪ Methoden zur Marktabschätzung ▪ Tangible und intangible Ressourcen der Unternehmensgründung ▪ Funktionen und Bestandteile eines Businessplans ▪ Zielgerichtete Präsentation von Geschäftsideen und -modellen (z.B. Pitch) 			
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch		

Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Unternehmensgründung	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	R

Modul 2.3 Strategisches Management

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Ulrich Kuron		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die wesentlichen Phasen des strategischen Managementprozesses darzustellen (Strategische Analyse, Strategieformulierung und -auswahl, Strategieimplementierung) zu beschreiben und zu unterscheiden; ▪ den Zusammenhang zwischen der Strategie eines Unternehmens im Kontext des Strategischen Managements und dem wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens darzustellen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ im strategischen Kontext internationale Aufgaben- und Fragestellungen zu unterscheiden und zu beurteilen; ▪ die Relevanz der strategischen Leistungspotenziale eines Unternehmens einzuschätzen, zu bewerten und zu entwickeln; ▪ für strategische Planungen geeigneten Methoden einschließlich der damit verbundenen Instrumente auszuwählen und zu nutzen; ▪ kulturelle, soziale, organisatorische und methodische Fits im internationalen Kontext einzuordnen und umzusetzen; ▪ Resultate und Erkenntnisse unterschiedlicher Methoden, Modelle und Instrumente im Analyse- und Planungsprozess des strategischen Managements zu bewerten; ▪ Strategieansätze und -alternativen zu beschreiben und zu systematisieren und in Bezug auf deren Zielrichtung und Wirksamkeit einzuordnen; ▪ erfolgsversprechende Unternehmensstrategien auch im internationalen Kontext zu entwickeln; 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ eine qualitativ hochwertige Kommunikation als Voraussetzung für ein erfolgreiches Management zu führen; ▪ Kommunikationsbeziehungen sowohl zwischen als auch innerhalb der Hierarchiestufen des Managements zu verstehen und zu bewerten; ▪ Strategien kompetent und professionell zu präsentieren, zu diskutieren und fachlich zu vertreten; ▪ Teilprojekte im Rahmen des Strategischen Managements in (Klein-)Gruppen effizient und sozial kompetent gemeinsam zu erarbeiten. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ berufliches Managementverhalten mit theoretischem und methodischem Wissen auf der Grundlage von einschlägigen Techniken und Methoden des Strategischen Managements zu begründen; ▪ Sichtweisen in Bezug auf personale und fachliche Anforderungen an Führungskräfte zu reflektieren; ▪ selbstständig einen strategischen Management-/ Entwicklungsprozess für ein Unternehmen durchzuführen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ganzheitliche anwendungsorientierte Betrachtung ausgewählter Themenfelder des strategischen Managements im internationalen Kontext ▪ Praxisgeeignete Methoden, Modelle und Instrumente im strategischen Planungsprozess 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forschendes und transferorientiertes Lernen mit Anwendungsbezug (insbesondere im Rahmen semesterbegleitender Fallstudien) ▪ Einbindung strategischer Entscheidungen des Managements in den gesamtwirtschaftlichen Kontext von Unternehmen und Unternehmensumwelt ▪ Betrachtung der internationalen und der globalen Perspektive 				
Unterrichtssprache:		Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Diese Veranstaltung wird im Blended Learning-Format unterrichtet. Alle Lehr- und Lernmaterialien werden auf der Lernplattform AULIS bereitgestellt. Die Materialien umfassen u.a. Unterrichtsfilme, Lehrvideos, Diskussionsforen sowie Fallstudien.		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Strategisches Management	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	R oder PF

Modul 2.4 Transformationsprozesse

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Erdem Galipoğlu		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein,			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagen und Konzepte von Transformationsprozessen zu verstehen, insbesondere in Bezug auf die Transformation von traditionellen hin zu digitalen Geschäftsmodellen; ▪ verschiedene Arten von Transformationsprozessen zu kennen und zu verstehen, einschließlich technologischer, organisatorischer und kultureller Veränderungen; ▪ Herausforderungen und Chancen der digitalen Transformation für bestehende Unternehmen und Branchen zu erklären. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ bestehende Geschäftsmodelle auf Digitalisierungspotenziale hin zu analysieren und mögliche Transformationsstrategien zu entwickeln; ▪ konkrete Maßnahmen zur Umsetzung von Transformationsprozessen in Unternehmen zu planen und durchzuführen; ▪ digitale Technologien und Tools anzuwenden und auf neue, innovative Weise zu implementieren. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ideen und Konzepte effektiv zu kommunizieren und zu präsentieren; ▪ in Kleingruppen zu arbeiten und zu kommunizieren; ▪ die Ergebnisse der eigenen Untersuchung und anderer Gruppen im Kurs professionell zu diskutieren und ein konstruktives Feedback zu geben und anzunehmen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung von Transformationsprozessen, insbesondere vor dem Hintergrund der Digitalisierung, für Unternehmen zu verstehen und zu reflektieren; ▪ ethische und gesellschaftliche Implikationen von digitalen Geschäftsmodellen zu diskutieren und zu reflektieren; ▪ die Erfolgsfaktoren von Transformationsprozessen aus einer wissenschaftlichen Perspektive zu reflektieren und zu bewerten; ▪ sich kritisch mit aktuellen Trends und Entwicklungen in Transformationsprozessen auseinanderzusetzen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ebenen der Transformation (Leistungserstellung, Erlösmodell und Wertversprechen) sowohl unter technologischen als auch organisatorischen Gesichtspunkten ▪ Analyse und Planung von Transformationsprozessen, um die Chancen der Digitalisierung bestmöglich zu nutzen und sich auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten ▪ Einführung in die Digitalisierung und ihre Auswirkungen auf Unternehmen (Definition von Digitalisierung und digitalem Geschäftsmodell sowie Wandel der Kundenbedürfnisse und -erwartungen im digitalen Zeitalter) ▪ Bewertung traditioneller Geschäftsmodelle im Hinblick auf ihre Digitalisierungspotenziale (z.B. mit Hilfe der Business Model Canvas) 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsetzung der Transformation (Planung und Steuerung der Transformation, Entwicklung und Implementierung digitaler Geschäftsprozesse und -modelle sowie Integration von Digitalisierung in die Organisationsstruktur) ▪ Berücksichtigung von interkulturellen, globalen, und ethischen Aspekten bei der Transformation von Geschäftsmodellen 				
Unterrichtssprache:		Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Transformationsprozesse	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL oder R

Modul 2.5 Sanierung und Insolvenz

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Ulrich Krüger/ Prof. Dr. Thomas Möhlmann-Mahlau		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 2. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im WiSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
<i>Recht der Sanierung</i>			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Grundlagen bei der Sanierung oder Abwicklung von Unternehmen darzulegen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ rechtliche Auswirkungen im Rahmen von Sanierungs- oder Insolvenzverfahren zu analysieren und zu bewerten; ▪ für die Entscheidungsfindung in der Unternehmenskrise hieraus kritisch reflektiert Handlungsempfehlungen abzuleiten. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die Unternehmensprobleme in professioneller Zusammenarbeit unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen mit Sanierungsberatern, Insolvenzverwaltern, Gläubigern und dabei insbesondere der finanzierenden Bank zu lösen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zu überprüfen und zu entscheiden, ob und wie die Herausforderungen mit oder auch ohne die Einschaltung professioneller juristischer Hilfe gemeistert werden können und ab welchem Zeitpunkt eine solche Unterstützung erforderlich ist. 			
<i>Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen</i>			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Krisenursachen und Krisensymptome zu kennen und zu erläutern; ▪ Ansätze zur Messung von Krisen zu verstehen; ▪ Differenzierung in Krisenphasen nach IDW S6 zu kennen; ▪ Aufbau und Struktur des IDW S6 zu nennen und zu verstehen. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanierungs- und Insolvenzscenarien zu entwickeln, zu analysieren und zu bewerten; ▪ Analyse von Sanierungsbedürftigkeit und -fähigkeit vorzunehmen; ▪ Optionsvergleich und Entscheidungsfindung im Rahmen der Sanierungswürdigkeitsanalyse durchzuführen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Würdigung und Implementierung einzelner Sanierungsmaßnahmen vorzunehmen; ▪ Erstellung eines Sanierungskonzeptes nach IDW S6 zielgruppengerecht vorzustellen. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kritik an Konzepten nach IDW S6 zu üben; ▪ Fortentwicklung eines insolvenzrechtlichen Sanierungsrahmens vorzunehmen. 			
Lehrinhalte:			
<i>Recht der Sanierung</i>			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Insolvenzrecht (InsO und StaRUG) ▪ Grundzüge des Gesellschaftsrechts in der Krise 			

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kreditsicherheiten vor dem Hintergrund außergerichtlicher oder gerichtlicher Sanierungsbemühungen ▪ Rechtlicher Rahmen der Reorganisation und übertragenen Sanierung unter Berücksichtigung auch arbeitsrechtlicher Aspekte <p><i>Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse der Sanierungsbedürftigkeit, -fähigkeit und -würdigkeit ▪ Methoden und Instrumente der finanzwirtschaftlichen und leistungswirtschaftlichen Sanierung innerhalb und außerhalb der Insolvenz nach IDW S6 ▪ Erstellung von Sanierungskonzepten sowohl vor der Insolvenz als auch im Rahmen eines Insolvenzplanverfahrens ▪ Implementierung und Überwachung von Sanierungskonzepten sowie Sanierungscontrolling 				
Unterrichtssprache:		Deutsch oder Englisch		
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:		Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.		
Weitere Informationen:		Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS		
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Recht der Sanierung	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	2	Seminar	MP oder KL
Betriebswirtschaftliches Sanierungs- und Insolvenzwesen	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	2	Seminar	R, MP oder KL

Modul 3.1 Corporate Finance

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Armin Varmaz		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewertung, Unternehmensfinanzierung und Förderung von Unternehmenswachstum zu verstehen; ▪ nicht-monetäre Aspekte in der Bewertung zu berücksichtigen; ▪ Berücksichtigung der Unsicherheit in der Bewertung zu beschreiben; ▪ die Funktionsweise der Kapitalmärkte und ihrer Schnittstelle mit der Realwirtschaft sowohl aus theoretischer als auch aus praktischer Perspektive zu verstehen; ▪ Finanzierungsinstrumente korrekt beschreiben, die Risiken einordnen und in ihrer Bedeutung zu verstehen; ▪ die Kapitalstruktur in der Finanzierung zu beschreiben. 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ verschiedene Finanzdaten kritisch zu bewerten und diese in empirischen und praktischen Analysen sachgerecht anzuwenden sowie die Ergebnisse zu beurteilen und ihre Implikationen differenziert einzuschätzen; ▪ Risiken in Kapitalanlagen zu identifizieren und empirisch zu bewerten, Finanzrisiken in der Bewertung von Projekten anzuwenden und Vorschläge für die Steuerung von Portfolien und Unternehmen abzuleiten; ▪ die Herausforderung der Kapitalstrukturentscheidung kritisch zu hinterfragen; ▪ Entscheidungsprobleme mit entsprechenden Hilfsmitteln zu untersuchen. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ in Kleingruppen komplexe Entscheidungsprobleme zu analysieren, zu diskutieren und gemeinsam eigene Problemlösungsansätze zu generieren; ▪ eine wissenschaftlich fundierte Präsentation zu erarbeiten und die Ergebnisse im Kurs professionell zu diskutieren; ▪ zu Präsentationen anderer Studierendengruppen mit einem Diskussionsbeitrag ein konstruktives Feedback zu entwickeln. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wissenschaftliche Studien im Bereich der Finanzwirtschaft kritisch zu hinterfragen und zu überprüfen; ▪ die Rolle des eigenen Berufsfeldes im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang einzuschätzen. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fortgeschrittene Aspekte normativer und deskriptiver Finanzierungstheorie mit Relevanz für systematische Finanzentscheidungen im öffentlichen und privatwirtschaftlichen Sektor; ▪ Formale Techniken und deren Anwendung auf konkrete Entscheidungssituationen in der Finanzierung; ▪ Marktunvollkommenheiten und ihr Einfluss auf die Finanzentscheidungen von Unternehmen; ▪ Agency-Konflikte zwischen Management und Eigen- und Fremdkapital und ihre Auflösung; ▪ Bedeutung, Ausschüttung und ihre jeweiligen Konsequenzen auf die Kapitalstruktur; ▪ Nutzung von Finanzinnovationen in der Finanzierung (z.B. FinTechs, Blockchain, IPO versus ICO); ▪ Kontinuierliches Bearbeiten von Fallstudien durch Studierende. 			
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch		

Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Diese Veranstaltung wird im Blended Learning-Format unterrichtet. Alle Lehr- und Lernmaterialien werden auf der Lernplattform AULIS bereitgestellt. Die Materialien umfassen u.a. Unterrichtsfilme, Lehrvideos, Übungsaufgaben, Quiz-Aufgaben, Diskussionsforen sowie Fallstudien.			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Corporate Finance	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL oder R

Modul 3.2 Change Management

Modulverantwortliche:r:	Prof. Dr. Svenja Tams		
ECTS-Leistungspunkte:	6 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	180h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	14 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	124h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
Lernergebnisse:			
Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...			
Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Feld von Change-Management Akteuren in Unternehmen zu verstehen; ▪ Herausforderungen, Widerstände und Paradoxe im Kontext von organisationalem Wandel einzuordnen; ▪ rational-instrumentale und systemische Ansätze und Methoden des Change Management zu differenzieren (z.B. Intentional Change versus pragmatisches und sozial-symbolisches Change Work). 			
Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Kräftefeld des organisationalen Wandels zu analysieren (z.B. unternehmerische, technologische, institutionelle, sozio-technische Transition Kontexte, Treiber und Foresight); ▪ das Kräftefeld ausgewählter Change Management-Fallstudien durch relevante Methoden der Wissensgenerierung in organisationalen Systemen zu analysieren; ▪ Handlungsspielräume und -strategien von Change Agents in organisationalen Systemen kritisch-reflexiv zu diskutieren; ▪ ausgewählte Ansätze, Methoden und Werkzeuge des Change Management zu definieren und anzuwenden. 			
Kommunikation und Kooperation			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ in Gruppenarbeit Management Fallstudien effektiv und kritisch-reflexiv zu analysieren und präsentieren; ▪ Change Management-Ansätze, Methoden und Werkzeuge mit Mitgliedern der Learning Community interaktiv zu erproben und evaluieren. 			
Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ die eigene Identität und das Handeln als Change Agent zu erproben und selbst-reflexiv zu entwickeln; ▪ eine Learning Community aktiv mitzugestalten und deren Potentiale co-kreativ zu entwickeln. 			
Lehrinhalte:			
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufstellung der Lerngruppe als Action Learning Kontext ▪ Organisationaler Wandel im Kontext (Einführung, konzeptionelle Definitionen und Theorien des Wandels) ▪ Organisationaler Wandel als systemisches Kräftefeld ▪ Akteure im Change-Management (z.B. Change Agents, Führungskräfte, Mitarbeiter:innen, Nutzer:innen, Consultants, Diversity Praktiker:innen, Sustainability Professionals) ▪ Identitätsarbeit, Karrieren und Change Work von Akteuren des organisationalen Wandels ▪ Ausgewählten Change Management-Fallstudien ▪ Rational-instrumentale Ansätze des Change Managements ▪ Systemisch-konstruktivistische Ansätze des Change Management (politische, kulturelle, gruppendynamische, emotionale und komplex-adaptive Perspektiven) ▪ Change Management als normatives Verhaltensmanagement (z.B. Ethik-&-Compliance-Management) ▪ Change Management als sozial-symbolische Überzeugungsarbeit (z.B. Leadership, Kultur, Storytelling) ▪ Change Management als Co-Kreation mit betroffenen Akteuren (z.B. Futures Literacy, Co-Design) 			

Unterrichtssprache:	Englisch oder Deutsch (Deutsch ggf. bei Fallstudien, Exkursionen, Gastredner:innen)			
Teilnahmevoraussetzungen:				
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben.			
Weitere Informationen:	Weitere Lernmaterialien auf der Lernplattform AULIS			
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Change Management	siehe aktuelles Veranstaltungsverzeichnis	4	Seminar	KL oder P

Modul 3.3 Master Thesis

Modulverantwortliche:r:	Betreuender:r Lehrende:r		
ECTS-Leistungspunkte:	18 ECTS	Arbeitsbelastung gesamt:	540 h
Verwendung des Moduls in diesem Studiengang:	Pflichtmodul im 3. Semester	Davon Präsenzstudium:	56h
Dauer und Häufigkeit des Angebots:	1 Termine im SoSe	Davon Selbststudium:	484h
Verwendung des Moduls in anderen Studiengängen oder wiss. Weiterbildungsangeboten:			
<p>Lernergebnisse: Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls werden die Studierenden in der Lage sein ...</p> <p>Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung, Wissensverständnis)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuelle und praxisrelevante wissenschaftliche Forschungsmethoden zu erläutern und bezüglich ihrer Anwendungsmöglichkeiten einzuordnen; ▪ die Wahl der in der Master Thesis verwendete Forschungsmethode zu begründen und die erlangten Ergebnisse interpretieren zu können. <p>Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuelle wirtschaftliche und gesellschaftliche Diskussionen und Probleme unter Zuhilfenahme einschlägiger Forschungsliteratur zu reflektieren, um geeignete Forschungsfragen abzuleiten; ▪ relevante Theorieansätze und Konzepte für eine vorliegende Aufgaben-/Fragestellung darzustellen und zu analysieren und diese in einem kritisch reflektierten theoretischen Bezugsrahmen zu konkretisieren; ▪ Forschungsfragen in einer abgegrenzten Zeitspanne mit Hilfe geeigneter Methoden umfassend wissenschaftlich zu analysieren und zu beantworten; ▪ Forschungsergebnisse zu hinterfragen und zu bewerten, wissenschaftliche und praktische Implikationen herauszuarbeiten und Lösungswege vorzuschlagen. <p>Kommunikation und Kooperation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sich mit Fachleuten und Laien über die Ergebnisse eigener Forschungsarbeit auszutauschen und diese zielgruppenadäquat darzustellen. <p>Wissenschaftliches Selbstverständnis oder Professionalität</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Bedeutung aktueller Forschungsarbeiten für den Fortschritt in Wissenschaft und Praxis und zur Lösung aktueller Probleme einschätzen und einordnen zu können. 			
<p>Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Master Thesis wird in einer von den Studierenden zu wählenden mit dem Studiengang verbundenen Fachwissenschaft geschrieben. ▪ Die/der Studierende soll durch die Anfertigung der Master Thesis zeigen, dass sie/er in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist von 12 Wochen ein Problem selbstständig wissenschaftlich und fachgerecht zu bearbeiten. ▪ Auf Basis einer vorgegebenen bzw. mit der/dem betreuenden Lehrenden abgestimmten Fragestellung soll die/der Studierende das Thema selbstständig sinnvoll strukturieren und wissenschaftlich bearbeiten. Dies geschieht neben dem Selbststudium auch mithilfe von Beratungsgesprächen mit der/dem betreuenden Lehrenden und einem Master-Thesis-Seminar, in dem die Studierenden Anleitungen zur weiteren Vertiefung der von ihnen gewählten wissenschaftlichen Methode erhalten, sowie ihren Bearbeitungsstand jeweils selbst referieren und diskutieren. ▪ Eigenständige, strukturierte und kompetente wissenschaftliche Bearbeitung eigener Aufgabengebiete und Themen – als direkte Berufsqualifikation. 			
Unterrichtssprache:	Deutsch oder Englisch		

Teilnahmevoraussetzungen:	Dem Antrag auf Genehmigung des Themas der Masterthesis kann nur stattgegeben werden, wenn zuvor mindestens 42 ECTS erreicht wurden (§ 3 Abs. 1 MPO fachspezifischer Teil BM).			
Vorbereitung/Literatur:	Aktuelle Literaturlisten werden zu Beginn des Semesters ausgegeben. Darüber hinaus gehört es zu den Lernzielen der Master Thesis, dass die Studierenden selbstständig die aktuelle Literatur recherchieren und auswerten.			
Weitere Informationen:				
Zugehörige Lehrveranstaltungen				
Titel der Lehrveranstaltung	Lehrende	SWS	Lehr- und Lernformen	Prüfungsformen, -umfang, -dauer
Master Thesis	Betreuende:r Lehrende:r	4	Seminar	MT und KO